




**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN UNTUK  
BERBELANJA SAYUR DAN BUAH DI PASAR SWALAYAN MATAHARI  
DAN PASAR TANJUNG  
( Suatu Studi Kasus Di Kabupaten Dati II Jember )**

**SKRIPSI**



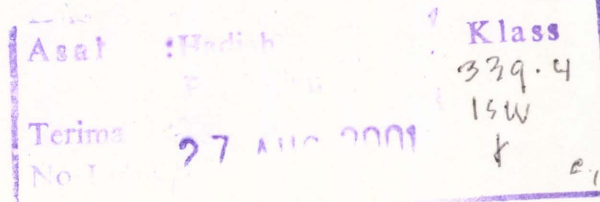
**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember**

**Oleh**

***Winih Suhartatik Iswandari***  
NIM. 960810201190

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2001**



## JUDUL SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN  
UNTUK BERBELANJA SAYUR DAN BUAH DI PASAR SWALAYAN  
MATAHARI DAN PASAR TANJUNG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**N a m a** : Winih Suhartatik Iswandari

**N. I. M.** : 960810201190

**Jurusan** : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

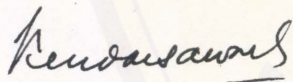
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

9 Juni 2001

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **S a r j a n a** dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### Susunan Panitia Penguji

**Ketua,**

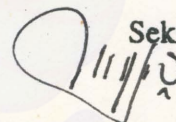


Dra. Ken Darsawarti, MM.

**NIP.** 130 531 976



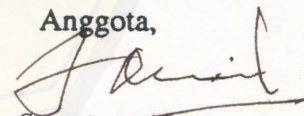
**Sekretaris,**



Dra. Nanik Istiyani, MS.

**NIP.** 131 658 376

**Anggota,**

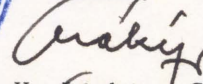


Dra. Soemiaty R.

**NIP.** 130 325 927

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,





Drs. H. Liakip, SU.

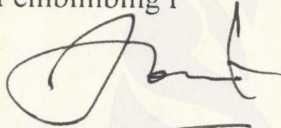
**NIP.** 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Faktor- faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen  
Untuk Berbelanja Sayur dan Buah di Pasar Swalayan  
Matahari dan Pasar Tanjung  
Nama Mahasiswa : Winih Suhartatik Iswandari  
NIM : 960810201190  
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan  
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan

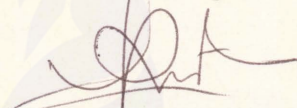
Pembimbing I



Dra. Soemiati

NIP : 130 325927

Pembimbing II



Dra. H. Riniati, MP

NIP : 131624477

Ketua Jurusan



Dra. Aminah, MM

NIP : 130676291

Tanggal persetujuan : 9 Juni 2001

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Bapak yang telah berpulang padaNya , dan Ibuku tercinta sebagai bakti dan pengabdianku yang tulus
2. Kakak-kakakku Suryanto, Suryanti, Bani Suryadi , Siti Fatimah dan Fitriadi Suryono sebagai panutan bagiku.
3. Guru-guruku tercinta sebagai bukti buah tangan kesabaran dalam membimbingku melihat dunia.
4. Joko Anwar, seseorang yang senantiasa menemaniku dengan ketulusannya.
5. Kawan-kawanku SP GP 96 semuanya yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Almamaterku



MOTTO

“ Jangan banyak berfikir , satu saja sudah ilmu dan ibadah satukan saja, disitu ada konsentrasi disitu ada sukses”

(Imam Al Gozaali)

“Sesuatu yang belum dikerjakan seringkali nampak mustahil, kita baru yakin kalau itu mungkin setelah berhasil melakukannya”

( Evelyn Underwill)

## ABTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam berbelanja buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung di Kabupaten Dadi II Jember. Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian ini kurang lebih 2 bulan, diawali bulan Januari dan berakhir bulan Maret 2001.

Analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda serta ditambah dengan uji statistik yaitu uji t dan uji F. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapat dari hasil pertanyaan yang diberikan kepada 40 responden Pasar Swalayan Matahari dan 40 responden Pasar Tanjung.

Hasil penelitian menunjukkan faktor yang berpengaruh terhadap permintaan sayur di Pasar Swalayan Matahari meliputi pendapatan sedangkan faktor harga dan mutu produk tidak berpengaruh. Terhadap permintaan sayur di Pasar Tanjung faktor yang mempengaruhi adalah pendapatan, harga sedangkan mutu produk tidak berpengaruh. Faktor yang berpengaruh terhadap permintaan buah di Pasar Swalayan Matahari adalah pendapatan sedangkan harga dan mutu produk tidak berpengaruh. Terhadap permintaan buah di Pasar Tanjung faktor yang mempengaruhi adalah pendapatan, harga dan mutu produk. Secara uji F pendapatan, harga dan mutu produk mempunyai pengaruh terhadap permintaan buah dan sayur baik di Pasar Swalayan Matahari maupun di Pasar Tanjung.

Simpulan yang didapat dari penelitian ini adalah secara uji serentak faktor pendapatan, harga dan mutu produk mempunyai pengaruh yang nyata terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung.

Kata kunci : Pendapatan, harga, mutu produk, permintaan buah, permintaan sayur, regresi linear berganda.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas rahmat dan hidayah-Nya , sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menempuh syudi dan menyelesaikan gelar sarjana (S1) jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonom Universitas Jember.

Sebagai ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam menyusun skripsi ini maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Soemiati dan Ibu Dra.H. Riniati, MP sebagai dosen pembimbing I dan pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran telah banyak menghabiskan waktunya untuk membimbing dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Ibu Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan dan sekretaris jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Jember.
3. Bapak dan Ibu staf pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Jember, atas dedikasinya dalam menjalankan tugas dan pengabdianya.

Akhirnya penulis dengan sepenuh hati sadar bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karenanya kritik dan saran sangat saya harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini banyak bermanfaat . Amien.

Jember, Juni 2001

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN ABTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian sebelumnya	
2.1.1 Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan buah impor di Mataram NTB.....	5
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam berbelanja pada Pasar Swalayan Bilka dan Pasar Tradisional Keputran.....	5



2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Pengertian Permintaan .....	6
2.2.2 Macam Permintaan .....	12
2.2.3 Pasar Tradisional.....	13
2.2.4 Pasar Swalayan .....	14
2.3 Hipotesis.....	16
III.    METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian .....	17
3.2 Sumber Data.....	17
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	17
3.4 Metode Analisa Data.....	17
3.5 Definisi Variabel Operasional.....	20
IV.    HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	
4.1.1 Karakteristik Responden Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	21
4.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	25
4.2 Analisis Hasil Penelitian	
4.2.1 Analisis Regresi dari Hasil Penelitian .....	28
4.2.2 Pengujian statistik.....	31
4.2.3 Pembahasan .....	34
V.    SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	38
5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 . Berdasarkan Kelompok umur responden Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	23
Tabel 2 . Berdasarkan Pendidikan responden Pasar Swalayan matahari dan Pasar Tanjung .....	23
Tabel 3 . Berdasarkan Pekerjaan responden Pasar swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	24
Tabel 4 . Berdasarkan Pendapatan keluarga responden .....	25
Tabel 5 . Harga buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar tanjung .....	26
Tabel 6 . Harga sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	27
Tabel 7 . Penilaian responden Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung terhadap mutu produk .....	27
Tabel 8 . Analisis varians pengujian regresi parsial permintaan buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	32
Tabel 9 . Analisis varians regresi parsial permintaan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung .....	32



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Kurva permintaan.....	7
Gambar 2 : Kurva perubahan permintaan.....	10
Gambar 3 : Kurva bertambahnya permintaan.....	10
Gambar 4 : Kurva berkurangnya permintaan.....	11
Gambar 5 : Konstruksi kurva permintaan pasar dari kurva permintaan perorangan.....	12
Gambar 6 : Kurva permintaan sebuah perusahaan persaingan sempurna.....	14
Gambar 7 : Kurva permintaan perusahaan monopolistis.....	15

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Faktor -faktor yang mempengaruhi permintaan buah di Pasar Swalayan matahari .....	43
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayur di Pasar Swalayan Matahari .....	44
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah di Pasar Tanjung.....	45
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayur di Pasar Tanjung.....	46

## I. PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia pada saat ini sedang mengalami serangkaian krisis yaitu krisis moneter, krisis ekonomi dan krisis kepercayaan. Krisis moneter ditandai dengan sangat tingginya bunga pinjaman bank, yang menyebabkan menurunnya investasi. Menurunnya investasi ini berdampak pada menurunnya pendapatan nasional yang secara otomatis menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat (Supranto, 1999).

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia telah memaksa konsumen untuk lebih berhati-hati dalam pengeluaran bulannya. Dengan adanya krisis terjadi perubahan gaya hidup dan kebiasaan berbelanja masyarakat. Mereka cenderung semakin sensitif terhadap harga. Konsumen mulai mengubah perilakunya dari menghargai barang mahal dengan kualitas tinggi menjadi lebih menghargai barang baik dengan harga relatif murah. Konsumen saat ini menginginkan tempat berbelanja yang aman, lokasinya mudah dicapai, ragam barang yang tinggi, nyaman dan sekaligus dapat digunakan sebagai tempat berekreasi. Dengan tingginya tingkat pengangguran yang terjadi saat ini boleh makin banyak penduduk yang datang ke tempat berbelanja hanya untuk rekreasi dan adanya perasaan gengsi untuk berbelanja di tempat belanja yang lebih tradisional.

Seperti yang dikatakan oleh majalah cakram edisi Juli 1998 setidaknya terdapat tujuh pola perilaku konsumen di masa krisis. Pertama, krisis telah membuat konsumen tidak lagi membeli atau mengkonsumsi beberapa jenis produksi, misalnya buah impor makanan cepat layan, keju, dan makanan ringan. Kedua, konsumen tetap mempertahankan konsumsi produk yang dianggap pokok seperti sabun, shampo, deterjen, kopi dan koran. Ketiga, konsumen cenderung meninggalkan konsumsi barang atau jasa mewah. Keempat, jasa tertentu misalnya asuransi masih dapat dianggap perlu. Kelima, konsumen mengurangi beberapa kebiasaan seperti menonton



bioskop, menggunakan telepon genggam dan menggunakan motor. Keenam, pasar swalayan juga tidak lagi menjadi pilihan, konsumen beralih pada warung dan pasar tradisional. Ketujuh, konsumen mulai beralih pada produk substitusi.

Persepsi terhadap krisis memang memberikan pengaruh pada pola konsumsi konsumen, tetapi persepsi ini tidaklah sama pada setiap kelas sosial masyarakat. Pasar swalayan mayoritas konsumennya adalah golongan yang berpendapatan menengah keatas. Pasar Swalayan Matahari yang berada di pusat kota Jember menawarkan keunggulan-keunggulan antara lain nyaman, bersih, aman, harga pasti, barang-barang yang terpilih, kelengkapan barang-barang dan yang terutama sekali adalah konsumen dapat melayani diri sendiri yang membuat konsumen senang dalam memilih barang yang dibutuhkan, dan sesuai dengan selera. Buah dan sayur yang di jual di Pasar Swalayan Matahari memiliki keistimewaannya tersendiri, selain banyak ragamnya, kualitas terjamin, dan juga tata letak penusunan yang teratur sehingga konsumen lebih mudah untuk mencari buah atau sayur yang diinginkan.

Lain halnya dengan pasar tradisional, dalam hal ini pasar Tanjung. Kebersihan Pasar Tanjung kurang diperhatikan. Konsumen kadang-kadang berbelanja berdesak-desakan, keamanan kurang terjamin, tata letak barang kurang teratur, barang-barang yang dijual didominasi oleh barang-barang kebutuhan pokok, dan terdapat tawar-menawar antara pedagang dan pembeli. Mayoritas konsumen adalah golongan menengah kebawah. Buah dan Sayur di Pasar Tanjung meskipun berasal langsung dari petani tetapi kualitas yang diinginkan konsumen belum dapat terpenuhi dengan alasan di Pasar Tanjung buah dan sayur yang di jual lebih mementingkan keuntungan penjual daripada kepuasan konsumen meskipun harga di Pasar Tanjung lebih diminati oleh masyarakat golongan menengah ke bawah.

Seperti sudah dikemukakan di atas bahwa konsumen pasar swalayan adalah mayoritas golongan menengah ke atas, kemudian kalau dilihat dari pendapatan perkapita masyarakat yang masih rendah maka sebenarnya pengelola dan pedagang di pasar tradisional masih tetap dominan tetapi dengan terbentuknya kelas menengah

baru, selera dan tuntutan jaman maka pengelola dan pedagang di pasar tradisional harus hati-hati karena ini menyangkut persaingan.

Buah-buahan dan sayuran merupakan komoditas yang mempunyai peranan yang cukup besar dalam upaya peningkatan gizi dan kesehatan masyarakat. Bagi kelompok masyarakat dengan penghasilan menengah kebawah kurang tertarik untuk mengkonsumsi buah atau sayur yang harganya di luar jangkauan, sehingga salah satu alternatif untuk mendapatkan buah dan sayur sesuai dengan jangkauan mereka keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu solusinya. Lain halnya bagi kelompok masyarakat dengan penghasilan menengah keatas, harga buah dan sayur tidak lagi merupakan faktor yang menentukan keputusannya untuk mengkonsumsi, sehingga kebanyakan dari mereka lebih memilih buah atau sayur di pasar yang menawarkan kepraktisan dan harga yang pasti, diantaranya pasar swalayan.

Pasar Tanjung merupakan pasar tradisional di Jember yang menjual buah atau sayur langsung dari petani sedangkan Pasar Swalayan Matahari merupakan pasar modern terbesar di Jember yang menjual buah dan sayur dengan harga yang lebih tinggi dari pasar tradisional, mutu terjamin dan higienis.

## 1.2 Perumusan Masalah

Secara umum ada 5 faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen (Gilarso, 1993:21) yaitu : (1) jumlah pembeli, (2) besarnya penghasilan (3) harga barang-barang lain, (4) pengaruh selera, kebiasaan, perubahan jaman, pengaruh lingkungan (5) Harapan atau pandangan orang tentang masa depan.

Atas dasar pertimbangan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan konsumen untuk berbelanja sayur dan buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung.



### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor pendapatan, harga barang yang dibeli (khususnya sayur dan buah) dan mutu barang terhadap permintaan konsumen dalam berbelanja di masa krisis pada Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah :

- a Sebagai masukan bagi pengelola serta pedagang eceran di Kabupaten Jember dalam hal ni yang berada di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung sebagai pasar tradisional.
- b Sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya.





## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Sebelumnya

#### 2.1.1 Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan buah impor di Mataram Nusa Tenggara barat

Penelitian yang hampir sama pernah dilakukan oleh Abubakar dan M.Yusuf dengan judul penelitian adalah “Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan buah impor di Mataram Nusa Tenggara Barat “. Tujuan penelitian : (1) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tangga terhadap buah impor (2) untuk menganalisis elastisitas ( harga , silang dan pendapatan) buah impor. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode pengamatan dan survei terhadap perilaku penjual dan konsumen di Pasar Kota Madya Mataram (Singarimbun dan Effendi, 1989). Penentuan pasar dilakukan secara sengaja (purposive sampling) terhadap pasar buah-buahan di Kota Madya Mataram. Di pasar tersebut dipilih sebanyak 60 pembeli. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan faktor yang berpengaruh terhadap permintaan buah impor meliputi : harga buah itu sendiri , pendapatan , harga buah lain, penampilan buah, gaya hidup konsumen dan jumlah anggota keluarga. Elastisitas harga buah –buahan impor bersifat elastis, semua buah tersebut merupakan barang normal dan hubungan antara buah-buahan tersebut merupakan buah substitusi dan buah komplementer.

#### 2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam Berbelanja pada Pasar Swalayan Bilka dan Pasar Tradisional Keputran

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Evita Widyawati dengan judul skripsi “Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen untuk berbelanja pada pasar swalayan Bilka dan pasar tradisional Keputran” (studi kasus di Kotamadya Surabaya) , menggunakan uji chi kuadrat dan koefisien kontingensi, menggunakan data primer yaitu random sampling terhadap pengunjung kedua pasar tersebut. Dapat dinyatakan

bahwa (1) pendapatan mempunyai pengaruh terhadap preferensi konsumen; (2) harga barang berpengaruh terhadap preferensi konsumen; dan (3) jarak pasar ke tempat konsumen mempunyai pengaruh terhadap preferensi konsumen.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Permintaan

Dilihat melalui kacamata ilmu ekonomi permintaan mempunyai pengertian yang sedikit berbeda dengan pengertian yang digunakan dalam percakapan sehari-hari. Menurut pengertian sehari-hari permintaan diartikan secara absolut yaitu jumlah barang yang dibutuhkan. Pemikiran tersebut mendasarkan pada kenyataan bahwa manusia mempunyai kebutuhan. Atas dasar kebutuhan tersebut individu mempunyai permintaan akan barang, makin banyak penduduk suatu negara makin besar permintaan masyarakat akan sesuatu jenis barang (Sudarsono, 1991: 8).

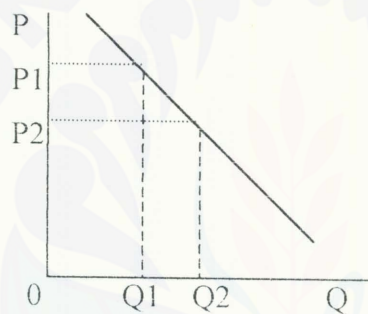
Menurut Sukirno (1994 : 75-78) dengan asumsi faktor-faktor lain yang secara tidak langsung mempengaruhi besarnya jumlah permintaan terhadap suatu barang dianggap tetap (*ceteris paribus*), permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang akan dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga yang berlaku di pasar pada periode tertentu. Gilarso (1993 : 15) menyatakan, bahwa permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (= *ceteris paribus*). Sedangkan Bilas (1986 : 11) secara sederhana mengatakan bahwa hukum permintaan adalah jumlah yang akan dibeli per unit waktu, menjadi semakin besar, apabila harga semakin rendah, sedangkan dalam keadaan lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan jumlah permintaan yaitu: harga barang, pendapatan konsumen, banyak konsumen, selera konsumen, harga barang lain, dan harapan di masa akan datang terhadap suatu barang.



## a. Harga Barang

Permintaan suatu barang tertentu jumlahnya dapat berubah setiap saat dalam periode tertentu. Harga satu barang sangat mempengaruhi terhadap jumlah permintaannya. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yaitu jumlah permintaan suatu barang berbanding terbalik dengan harga barang tersebut, jika harga tinggi jumlah barang yang diminta sedikit, jika harga rendah jumlah yang diminta banyak. Permintaan terhadap suatu barang dapat dijelaskan pada gambar 1, dimana pada saat harga tinggi ( $P_1$ ) maka jumlah barang yang diminta sebesar  $Q_1$ , pada tingkat harga rendah ( $P_2$ ) maka jumlah barang yang diminta bertambah menjadi  $Q_2$ .



Gambar 1: Kurva Permintaan

## b. Pendapatan Konsumen

Berubahnya permintaan konsumen terhadap suatu barang dapat terjadi karena berubahnya pendapatan. Apabila pendapatan konsumen bertambah, pada tingkat harga yang berlaku di pasar, permintaan konsumen terhadap suatu barang bertambah banyak. Demikian pula sebaliknya menurunnya pendapatan konsumen akan mengakibatkan berkurangnya permintaan konsumen terhadap suatu barang.

## c. Banyaknya Konsumen

Permintaan suatu barang tertentu jumlahnya dapat berubah setiap saat dalam periode tertentu. Perubahan jumlah konsumen mungkin terjadi karena adanya penambahan penduduk, berhasilnya suatu promosi atau terjadi karena semakin baiknya sarana transportasi sehingga barangnya semakin lancar. Apabila permintaan



konsumen terhadap suatu barang bertambah maka jumlah barang yang dimintapun bertambah banyak.

#### d. Selera Konsumen

Selera konsumen terhadap suatu barang tertentu setiap saat dalam periode waktu tertentu dapat berubah. Perubahan selera konsumen ini terjadi mungkin karena berubahnya umur konsumen dan berubahnya lingkungan konsumen. Apabila selera konsumen terhadap suatu barang meningkat maka permintaan terhadap barang yang bersangkutan akan berubah. Demikian sebaliknya, berkurangnya permintaan terhadap suatu barang tertentu mengakibatkan berkurangnya permintaan terhadap barang yang bersangkutan.

#### e. Harga barang-barang lain yang ada hubungannya dengan barang yang bersangkutan.

Hubungan dua macam barang dapat bersifat komplementer atau bersifat substitusi. Barang-barang yang hubungannya bersifat komplementer, pengaruh perubahan harganya berbeda dengan pengaruh perubahan harga barang-barang yang hubungannya bersifat substitusi. Barang komplementer adalah barang yang penggunaannya saling melengkapi, sehingga naiknya harga barang yang satu cenderung mengakibatkan berkurangnya permintaan terhadap barang yang lain. Demikian pula sebaliknya turunnya harga barang yang satu akan mengakibatkan bertambahnya permintaan barang yang lain. Barang Substitusi adalah barang yang penggunaannya saling mengganti. Dua barang yang mempunyai hubungan substitusi, menyebabkan kenaikan harga barang yang satu cenderung mengakibatkan bertambahnya permintaan barang yang lain, demikian sebaliknya turunnya harga barang yang satu berakibat berkurangnya permintaan barang yang lain.

#### f. Harapan di masa yang akan datang ( Expectations)

Harapan yang dimaksud di sini adalah perkiraan konsumen terhadap kemungkinan terjadinya perubahan harga dimasa-masa yang akan datang. Apabila konsumen memperkirakan harga suatu barang akan naik, maka permintaan konsumen terhadap barang yang bersangkutan akan meningkat sebelum terjadinya

kenaikan harga. Demikian pula sebaliknya apabila konsumen memperkirakan harga akan turun , maka permintaannya akan berkurang sampai penurunan harga benar-benar terjadi (Sukirno, 1994 :76)

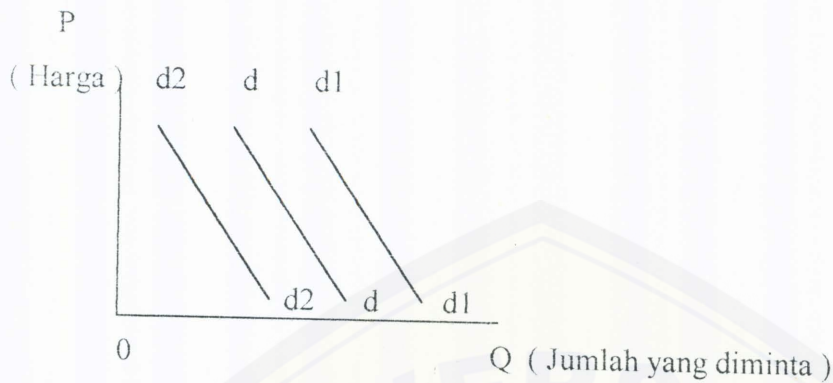
## g. Mutu Produk

Kepuasan pelanggan dan kemampuan perusahaan mencetak laba berkaitan erat dengan mutu produk dan jasa. Mutu yang lebih tinggi menyebabkan kepuasan pelanggan semakin besar.

Mutu memiliki definisi bervariasi seperti “kecocokan untuk dipergunakan,” pemenuhan atas persyaratan,” dan “bebas dari variasi”.” The American Society For Quality Control mendefinisikan mutu sebagai totalitas sifat dan karakteristik dari produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Mutu produk suatu barang dalam konsep produk dinyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan mutu, kinerja, dan penampilan terbaik. Dengan demikian dapat diartikan bahwa mutu suatu produk juga berhubungan dengan perilaku konsumen dalam hal pembelian produk.

Perubahan pola konsumsi masyarakat akibat kenaikan pendapatan tidak hanya dapat mengakibatkan terjadinya tuntutan akan kuantitas tetapi juga tuntutan akan kualitas dan bahkan komoditi baru pengganti komoditi utama. Pada suatu tingkat pendapatan tertentu , konsumen mulai beralih pada komoditas lain yang kualitasnya lebih tinggi. Jika ditunjukkan dengan gambar , yang dimaksud dengan permintaan adalah keseluruhan dari kurva permintaan . Jadi perubahan permintaan berarti pergesernya kurva permintaan secara keseluruhan . Apabila kurva permintaan bergeser ke kanan atau ke atas berarti permintaan bertambah , sebaliknya jika kurva permintaan bergeser ke kiri atau ke bawah berarti permintaan berkurang.



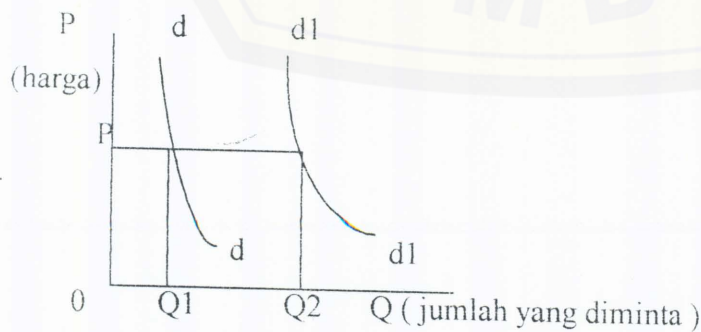


Gambar 2 : Kurva perubahan permintaan

Dengan demikian semakin jelas bahwa yang dimaksud dengan perubahan permintaan adalah perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat perubahan dari harga barang yang bersangkutan sedangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhinya yang semula dianggap tetap (*ceteris paribus*) ternyata berubah. Dalam perubahan permintaan ada dua kemungkinan yaitu permintaan bertambah atau permintaan berkurang. Untuk menjelaskannya maka perlu dilakukan satu persatu.

1. Bertambahnya permintaan

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan bertambahnya permintaan suatu barang, yaitu: (a) Bertambahnya pendapatan konsumen, (b) Bertambahnya jumlah konsumen, (c) Meningkatnya selera konsumen, (d) Turunnya harga barang komplementer, (e) Naiknya harga barang substitusi, (f) Harapan terjadinya kenaikan harga di masa-masa yang akan datang (Sukirno, 1997:80). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam kurva bertambahnya permintaan suatu barang sebagai berikut ini:



Gambar 3 : Kurva bertambahnya permintaan

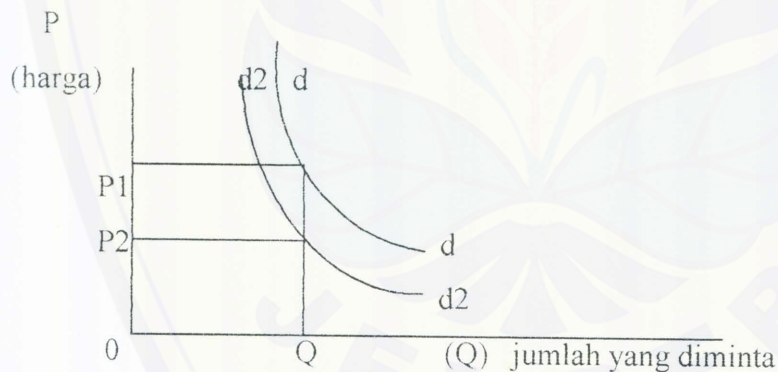


Keterangan :

Bertambahnya permintaan ditunjukkan oleh bergesernya kurva permintaan ke atas atau ke kanan menjauhi titik origin. Kurva permintaan yang bergeser dari  $d$  ke  $d_1$ . Menunjukkan bertambahnya permintaan, pada tingkat harga yang sama ( $P$ ) dimana jumlah barang yang diminta bertambah dari  $Q_1$  ke  $Q_2$

## 2. Berkurangnya permintaan

Faktor-faktor yang dapat menyebabkan turunnya tingkat permintaan suatu barang adalah : (a) berkurangnya pendapatan konsumen (b) berkurangnya jumlah konsumen (c) berubahnya selera konsumen (d) naiknya harga barang komplementer (e) turunnya harga barang substitusi, dan (f) kemungkinan terjadinya penurunan harga di masa-masa akan datang ( Sukirno, 1997 : 83). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam kurva sebagai berikut :

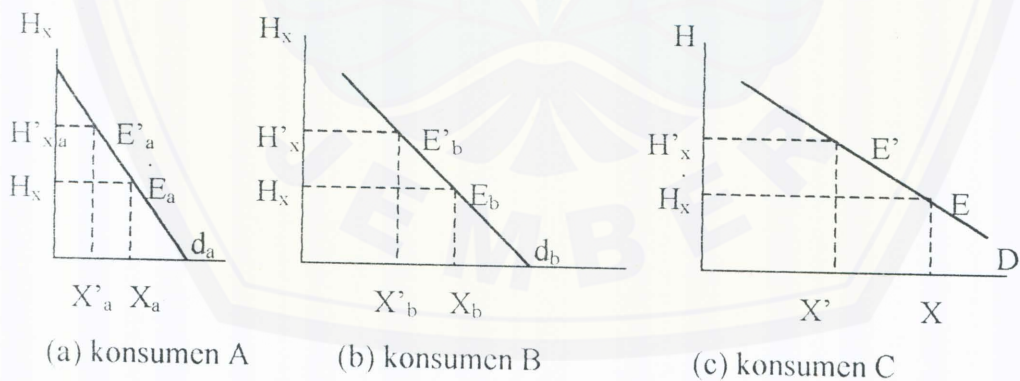


Gambar 4 : Kurva berkurangnya permintaan

Berkurangnya permintaan ditunjukkan oleh bergesernya kurva permintaan ke bawah atau ke kiri mendekati titik origin. Kurva permintaan yang bergeser dari  $d$  ke  $d_2$ . Menunjukkan berkurangnya permintaan, dimana turunnya harga barang dari  $P_1$  ke  $P_2$  tidak diikuti oleh bertambahnya jumlah yang diminta yaitu tetap sebesar  $Q$ .

2.2.2 Macam Permintaan

Pada teori ekonomi , permintaan dibagi menjadi permintaan individu atau perorangan dan permintaan pasar. Kumpulan permintaan –permintaan individual membentuk permintaan pasar. Prosedur untuk menyusun permintaan pasar secara grafis dikatakan sebagai penjumlahan horizontal dari permintaan individual konsumen. Ekonomi teori tidak membatasi bentuk kurva permintaan . Seringkali digambarkan sebagai garis lurus dengan rumusan  $X^d = a_0 - a_2 H_x$  atau dapat pula sebagai garis melengkung dengan rumusan elastisitas konstan  $X^d = a_0 H_x^a - 1$  . Pada harga  $H_x$  yang terjadi di pasar , konsumen A ada dalam keadaan optimal bila membeli  $X_a$  , sedangkan konsumen B membeli  $X_b$  . Pada tingkat harga ini jumlah barang yang diminta di pasar menjadi  $X = X_a + X_b$  , bila di pasar hanya terdapat dua orang konsumen. Demikian pula pada tingkat harga pasar  $H'_x$  dimana  $H'_x > H_x$  . Jumlah permintaan pasar menjadi  $X' = X'_a + X'_b$ , dimana  $X' < X$ . Bila skala grafik dibuat sama, untuk pasar dan untuk individu, kurva permintaan pasar cenderung lebih elastis daripada kurva konsumen individualnya ( Sudarsono,1991:55).



Gambar 5 : Konstruksi kurva permintaan pasar dan kurva permintaan perorangan

Apabila kurva permintaan individual (individual demand curve) menggambarkan permintaan per orang terhadap suatu barang tertentu, maka kurva permintaan pasar (market demand curve) menggambarkan gabungan dari seluruh permintaan perorangan tersebut, yang tergantung pada semua tingkat harga dalam dan pendapatan yang dibelanjakan masing-masing individu.



Kurva permintaan individual untuk barang X mempunyai slope yang melengkung dari kiri atas kekanan bawah (downward sloping). Kurva permintaan pasar juga demikian, dimana terjadinya penurunan harga akan menambah jumlah barang yang diminta di pasar. Hubungan antara jumlah barang yang diminta ( $X$ ) dengan harga barang ( $H_x$ ) dengan asumsi faktor lain dianggap konstan (ceteris paribus). Bila faktor yang membentuk kurva tersebut tidak mengalami perubahan, posisi kurva tersebut akan tetap ditempatkan semula. Bila ada yang berubah, maka kurva permintaan pasar akan bergeser. Pergeseran ini juga merupakan gabungan dari pergeseran yang dialami tiap-tiap kurva permintaan perorangan.

Dalam beberapa kasus arah pergeseran kurva permintaan pasar ini mudah diketahui. Misalnya pendapatan tiap anggota masyarakat meningkat, sehingga jumlah barang X yang dibeli meningkat. Dengan mudah bisa dipastikan bahwa gabungan dari ke dua permintaan perorangan tersebut pasti menghasilkan kurva permintaan pasar yang lebih tinggi dari yang lama (bergeser ke kanan). Efek dari perubahan total pendapatan terhadap permintaan pasar tergantung pada bagaimana perubahan pendapatan tersebut didistribusikan.

### 2.2.3 Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang mempunyai ciri yaitu, banyak penjual dan pembeli di pasar sehingga baik penjual maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi harga yang berlaku, sehingga harga yang berlaku di pasar adalah datum yang harus diikuti. Selain hal tersebut barang yang di perjual belikan di pasar relatif sama dan juga adanya kebebasan untuk membuka dan menutup usahanya di pasar.

Dengan adanya ciri-ciri tersebut maka bentuk pasar yang paling sesuai dengan pasar tradisional adalah bentuk pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna mempunyai beberapa syarat yaitu (Sudarsono, 1983:189) ;

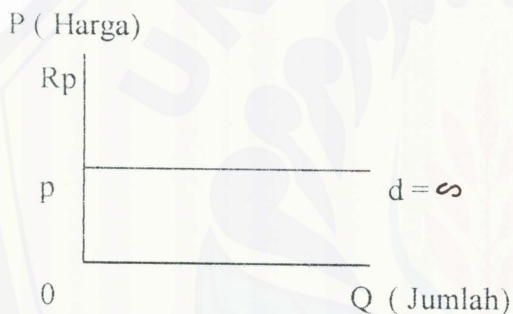
- a penjual dan pembeli banyak
- b barang yang diperjual belikan bersifat homogen atau sama
- c adanya kebebasan untuk membuka maupun menutup usaha
- d pengetahuan pembeli dan penjual tentang keadaan pasar cukup sempurna



e mobilitas sumber-sumber ekonomi cukup sempurna

Sebagai konsekuensi dari persyaratan persaingan sempurna kegiatan saling menyaingi antar perusahaan justru tidak akan nampak. karena harga adalah datum bagi masing-masing perusahaan, tidak mungkin mereka mengadakan persaingan harga dengan maksud merebut pasar. Berapapun kuantitas barang yang dijualnya akan laku tanpa menurunkan harganya untuk merebut pasar juga tidak dimungkinkan merubah bentuk barang dagangannya karena syarat homogenitas barang dagangan.

Gambar 6. Kurva permintaan sebuah perusahaan persaingan sempurna



Pada kurva permintaan  $d$  merupakan garis datar pada tingkat harga  $p$ . kurva  $d$  yang datar menunjukkan bahwa perusahaan akan menjual berapapun pada harga  $p$  tersebut saja, serta tidak bisa mengubah harga. Ia merupakan penerima harga pada tingkat harga  $p$  tersebut. Berapapun yang dijualnya, perusahaan tidak bisa menaikkan atau menurunkan harga jualnya. Karena itu kurva permintaannya, yaitu  $d$ , disebut sebagai elastis sempurna. Artinya, perubahan produksi atau penjualan dalam batas-batas kemungkinan yang dapat dilakukan satu perusahaan, tidak akan mempengaruhi harga.

#### 2.2.4 Pasar Swalayan

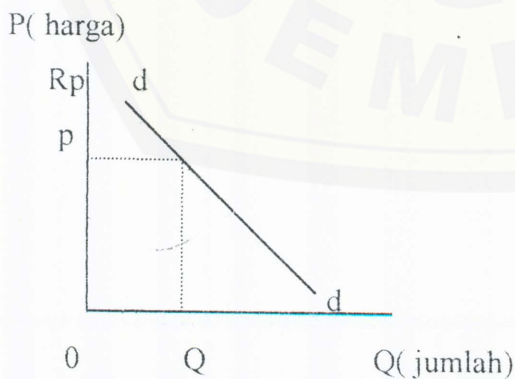
Pasar swalayan( supermarket) adalah toko beukuran besar, berbiaya rendah, berlaba rendah, bervolume besar, dimana pembeli melayani diri sendiri, dan yang menjual beraneka macam barang atau tidak homogen tetapi sengaja “diperbedakan” melalui berbagai macam promosi penjualan, misalnya kemasannya sehingga

meskipun barang yang diperdagangkan sebenarnya saling dapat menggantikan. Tetapi konsumen mempunyai pilihan sendiri terhadap sesuatu barang. Bentuk pasar untuk pasar swalayan adalah pasar persaingan monopolistik yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Farid Wijaya, 1991:347) :

1. Terdapat cukup banyak perusahaan di dalam industri tersebut
2. Tindakan atau keputusan baik di bidang harga maupun kuantitas oleh satu atau beberapa perusahaan mempengaruhi pasar. Karena itu tindakan atau keputusan perusahaan selalu diperhatikan dan diperhitungkan oleh perusahaan pesaing
3. Meskipun produknya 'sama' tetapi tidak sepenuhnya homogen. Masing-masing perusahaan atau produsen berusaha membedakan produknya dari produk-produk pesaing dengan membedakan kemasan, merk dan dengan mengiklankan
4. Persaingan yang dilaksanakan oleh perusahaan bersifat persaingan bukan harga, baik untuk menaikkan penjualannya maupun untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar.

Di dalam pasar swalayan terdapat bermacam-macam barang dan sejenis, maka diferensiasi produk terjadi bila berbagai tipe merk, kualitas produk tertentu ditawarkan. Ini akan memberikan manfaat kepada konsumen karena tersediannya pilihan luas untuk memenuhi kebutuhan sesuai selera.

Gambar 7. Kurva permintaan perusahaan monopolistik

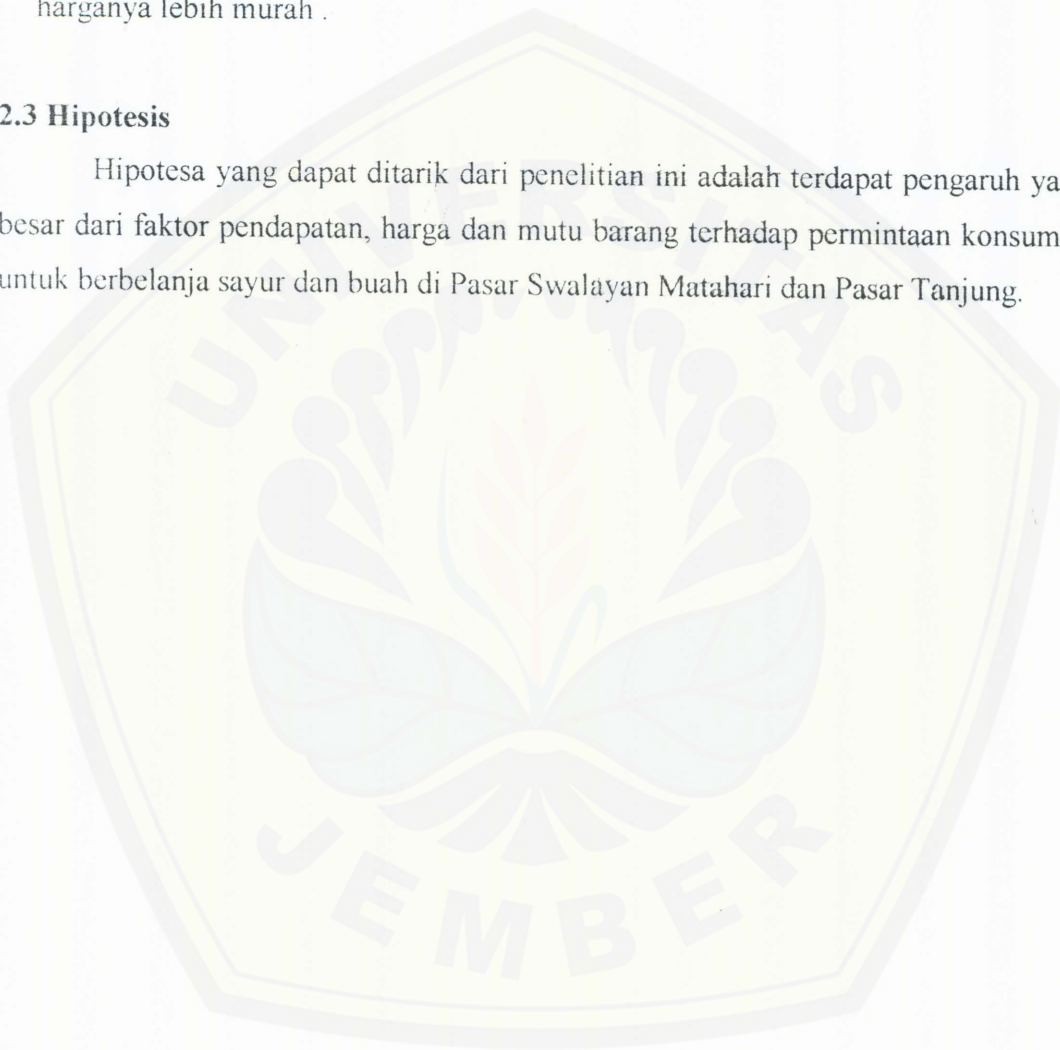


adanya pembedaan produk di pasar monopolistik akan menghasilkan suatu kurva permintaan berlereng negatif. Ini berarti bila produsen menaikkan harga jual maka ia akan kehilangan sebagian (tetapi tidak seluruh) dari langganannya atau

sebaliknya apabila produsen menurunkan harga jual akibatnya langganan akan bertambah (tambahan langganan baru ini berasal dari pindahan pembeli keluaran yang dihasilkan produsen lain karena ia tertarik pada keluaran sejenis yang harganya lebih murah .

### 2.3 Hipotesis

Hipotesa yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang besar dari faktor pendapatan, harga dan mutu barang terhadap permintaan konsumen untuk berbelanja sayur dan buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung.





## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung dengan mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan permintaan konsumen, melalui penulisan survei yaitu yang mengambil sampel dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok dan juga melalui metode studi kepustakaan.

### 3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang diperlukan diperoleh melalui :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden kedua pasar tersebut.
2. Untuk melengkapi data primer dipergunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari data studi pustaka dengan data-data dari instansi terkait.

### 3.3 Metode Pengambilan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan atau konsumen Pasar Tanjung dan Pasar Swalayan Matahari Jember. Penelitian terhadap populasi ini dilakukan dengan jalan melakukan observasi/ pengukuran terhadap sebagian dari keseluruhan populasi. Bagian yang diobservasi, dimana digunakan untuk tujuan penelitian populasi tersebut dinamakan sampel. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 80 responden, dimana cara pengambilannya dilakukan dengan metode random sampling yaitu responden diambil dengan secara acak baik di Pasar Tanjung maupun di Pasar Swalayan Matahari, yang masing –masing berjumlah 40 responden.

### 3.4 Metode Analisis Data

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen digunakan analisa Regresi Linear Berganda, (Soelistyo, 1982 :203) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + E \quad (\text{Regresi populasi})$$

Dimana :

- Y = permintaan konsumen (Rp)
- $\beta_0$  = Permintaan konsumen pada saat  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , sama dengan nol
- $\beta_i$  = koefisien regresi dari pendapatan ( $b_1$ ) Harga ( $b_2$ ) dan Mutu barang ( $b_3$ )
- $X_1$  = Jumlah pendapatan (Rp)
- $X_2$  = Harga (Rp)
- $X_3$  = Mutu barang
- E = Variabel pengganggu

Untuk mengukur kuat tidaknya hubungan antara variabel bebas (besarnya pendapatan, harga, mutu barang) terhadap variabel terikat (permintaan konsumen) digunakan analisis koefisien determinasi sebagai berikut (Soelistyo, 1982 : 200) :

$$R^2 = \frac{b_1 (\sum X_1 Y) + b_2 (\sum X_2 Y) + b_3 (\sum X_3 Y) + E}{\sum Y^2}$$

Dimana :  $R^2$  = Koefisien determinasi berganda

Untuk menguji adanya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas (besarnya pendapatan, harga dan mutu barang) terhadap besarnya preferensi konsumen digunakan :

a. Uji F ( $F_{test}$ ) yaitu mengetahui apakah variabel X secara serentak mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, dengan rumus (Soelistyo, 1982 : 213) :

$$F_{hitung} = \frac{R^2}{(k-1)}$$

$$(1-R^2)/(n-k)$$

Dimana :

k = banyaknya variabel

$R^2$  = koefisien determinasi

$n$  = jangka waktu penelitian

Kriteria pengujian

$$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$$

$$H_i : b_1, b_2, b_3 \neq 0$$

$H_0$  = tidak ada pengaruh antara pendapatan, harga dan mutu barang terhadap besarnya permintaan konsumen

$H_i$   $\neq$  Ada pengaruh antara pendapatan harga dan mutu barang terhadap besarnya permintaan konsumen

Kriteria pengambilan keputusan :

- (1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_i$  ditolak, hal ini berarti variabel  $X_1, X_2, X_3$  tidak berpengaruh nyata terhadap variabel Y
  - (2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dengan derajat keyakinan 95% maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_i$  diterima hal ini berarti variabel  $X_1, X_2, X_3$  berpengaruh nyata terhadap variabel Y
- b. Uji t ( $t_{tabel}$ ) yaitu untuk mengetahui apakah secara individu variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, dengan rumus (Soelistyo, 1982:212) :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dimana  $S_{b_i}$  = standart deviasi

Derajat keyakinan 95%, sehingga  $\alpha = 0,05$

- (1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_i$  diterima, sehingga ada pengaruh yang berarti antara variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap Y
- (2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_i$  ditolak, sehingga tidak ada pengaruh yang berarti antara variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap variabel Y



### 3.5 Definisi Variabel Operasional

Untuk menjelaskan data dalam analisis , maka dari judul diatas perlu diberi pembatasan istilah sebagai berikut :

- a permintaan konsumen adalah jumlah buah dan sayur dalam 1 bulan yang dibutuhkan konsumen pada berbagai tingkat harga.
- b Pendapatan adalah uang yang dikuasakan untuk dikelola atau untuk dibelanjakan, baik dari pendapatan perorangan atau pendapatan keluarga . Untuk mengukur unsur pendapatan digunakan kriteria per bulan.
- c Harga buah dan sayur adalah jumlah uang (di tambah beberapa produk kalau mungkin ) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari buah dan sayur dan pelayanannya membeli suatu barang. Dalam hal ini harga yang dimaksud meliputi harga buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung.
- d Mutu produk adalah sifat dan karakteristik total dari sebuah produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya memuaskan kebutuhan pelanggan.  
Nilai dari mutu ini dengan memberikan skors pada masing-masing hal-hal tersebut yang diperoleh melalui kuisisioner. Dimana penilaian tersebut dibagi dalam 3 kategori yaitu :
  - a) mutu baik skors 3 ,b) mutu sedang skors 2, c) mutu kurang baik skors 1

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum

#### 4.1.1 *Karakteristik Responden Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung*

Pasar Swalayan Matahari merupakan salah satu pasar swalayan terbesar di kota Jember. Letaknya yang strategis di tengah kota Jember merupakan daya tarik tersendiri bagi para konsumennya. Pasar Swalayan Matahari terletak di lantai pertama dari Matahari Departemen Store. Kenyamanan berbelanja terlihat dari tata letak barang-barang yang tertata rapi, pembayaran yang modern, pintu putar, AC dan penerangan yang baik. Pasar Swalayan menjual berbagai macam barang-barang keperluan keluarga, elektronik, makanan dari yang segar sampai makanan instan.

Pasar Tanjung merupakan Pasar tradisional terbesar di kota Jember. Letaknya berdekatan dengan Pasar Swalayan Matahari, kurang lebih 250 meter. Keberadaannya di bawah asuhan pemerintah daerah memiliki input tersendiri bagi pendapatan Asli Daerah. Tata letak pasar yang kurang teratur terlihat dari lantai dasar sampai lantai kedua. Kurangnya kedisiplinan pedagang, mengenai kebersihan membuat keadaan Pasar Tanjung terlihat kotor.

Sebagai pasar tradisional, Pasar Tanjung memperdagangkan berbagai macam produk keperluan masyarakat dari hasil pertanian sampai barang-barang elektronik. Buah-buahan ataupun sayuran-sayuran biasanya datang langsung dari petani sehingga keadaannya masih segar, tetapi kurang menjamin kesehatan karena belum melalui proses higienis. Pedagang sayur terletak di daerah parkir halaman belakang dan di pusat pasar lantai dua. Sedangkan pedagang buah-buahan dapat kita temui di sekitar trotoar lantai dasar dan lantai dua.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis telah mengambil sampel 40 orang diinterview di Pasar Swalayan Matahari, dan 40 orang diinterview di Pasar Tanjung, dimana dalam penelitian ini dapat diketahui karakteristik responden adalah sebagai berikut :



Responden Pasar Swalayan Matahari berdasarkan data kuisisioner yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelaminnya jumlah laki-laki yang berbelanja buah dan sayur sebanyak 5 orang atau sebesar 12,5 % sedangkan jumlah perempuannya berjumlah 35 orang atau sebanyak 87,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa yang dominan melakukan pembelian buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari adalah para ibu rumah tangga ataupun remaja putri.

Sedangkan responden Pasar Tanjung berdasarkan data kuisisioner diketahui bahwa yang dominan melakukan pembelian buah dan sayur adalah para ibu sebanyak 33 orang atau sebesar 82,5 % dan laki-laki berjumlah 7 orang atau sebesar 17,5 %.

Hal ini menandakan bahwa di kedua pasar tersebut jumlah responden terbanyak yang melakukan pembelian buah dan sayur adalah para ibu dan remaja putri sedangkan jumlah laki-lakinya lebih sedikit jumlahnya.

Berdasarkan status responden yang telah terdata menunjukkan bahwa di Pasar Swalayan Matahari konsumen yang melakukan pembelian buah dan sayur adalah sebagian besar telah menikah yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 75% yang belum menikah sebanyak 10 orang atau 25%. Hal ini dimungkinkan karena mereka yang sudah berkeluarga lebih banyak kebutuhannya akan buah dan sayur bagi keluarga.

Seperti halnya di Pasar Swalayan Matahari jumlah responden yang telah menikah jumlahnya lebih besar dari yang belum menikah yaitu 35 orang atau 87,5% bagi yang telah menikah dan 5 orang atau 12,5 % bagi yang belum menikah .

Hal tersebut menandakan bahwa meskipun kedua pasar tersebut berbeda kualitas dan tempat namun responden yang berbelanja sama-sama kebanyakan dari konsumen yang telah berkeluarga dengan alasan konsumen yang berkeluarga lebih banyak kebutuhannya akan buah dan sayur.



Tabel 1 : Berdasarkan kelompok umur responden Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

UMUR	Pasar Swalayan Matahari		Pasar Tanjung	
	Jumlah	Prosentase%	Jumlah	Prosentase %
16- 19 Th	6	15	3	7,5
20 30 Th	19	47,5	17	42,5
>30 Th	15	37,5	20	50
Total	40	100	40	100

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Dari tabel 1 ternyata responden di Pasar Swalayan Matahari yang berumur 20-30 Th adalah responden yang terbanyak jumlahnya yakni 47,5% umur >30 TH sebanyak 37,5% dan responden yang berumur 16-19 TH sebanyak 15 %.

Sedangkan di Pasar Tanjung responden yang terbanyak adalah responden yang berumur lebih dari 30 Tahun sejumlah 20 orang atau 50% ,20-30 Tahun sejumlah 17 orang atau 42,5 % dan yang berumur 16-19 Tahun sejumlah 3 orang.

Tabel 2 : Berdasarkan Pendidikan responden di Pasar Swalayan Mtahari dan Pasar Tanjung

L u l u s a n	Pasar Swalayan Matahari		Pasar Tanjung	
	jumlah	Prosentase %	jumlah	Prosentase %
SD	5	12,5	8	20
SMP	8	20	15	37,5
SMA dan Sederajad	18	45	14	35
Sarjana	9	22,5	3	7,5
Total	40	100	40	100

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa jumlah responden di Pasar Swalayan Matahari yang menjadi konsumen buah dan sayur adalah sebagai berikut : Lulusan SD 12,5%, lulusan SMP 20%, SMA dan slederajad 18% dan Sarjana 22,5%.

Sedangkan di Pasar Tanjung diketahui bahwa jumlah responden yang menjadi konsumen buah dan sayur adalah sebagai berikut : lulusan SD 8 orang atau 20%, lulusan SMP 15 orang atau 37,5%, lulusan SMA dan sederajat 14 orang atau 35 % dan lulusan sarjana 3 orang atau 7,5%.

Tabel 3 : Berdasarkan pekerjaan responden atau pekerjaan suami responden di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

P e k e r j a a n	Pasar Swalayan Matahari		Pasar Tanjung	
	Jumlah	Prosentase %	Jumlah	Prosentase %
Pegawai Negeri	15	37,5	9	22,5
Swasta	13	32,5	8	20
Pedagang	7	17,5	14	35
Petani	5	12,5	9	22,5
Total	40	100	40	100

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa jumlah responden Pasar Swalayan Matahari adalah sebagai berikut : pegawai negeri sebanyak 15 Orang atau 37,5%, Swasta 13 orang atau 32,5%, pedagang 7 orang atau 17,5%, Petani 5 orang atau 12,5%.

Berdasarkan tabel 3 diatas juga diketahui bahwa jumlah responden Pasar Tanjung adalah sebagai berikut : pegawai negeri sebanyak 9 orang atau 22,5%, swasta sebanyak 8 orang atau 12% , pedagang sebanyak 14 orang atau 35% dan petani sebanyak 9 orang atau 22,5%.



#### 4.1.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

Adapun faktor –faktor yang diduga dapat mempengaruhi permintaan buah dan Sayur di Pasar Swalayan Matahari adalah

##### a. Pendapatan Responden

Pendapatan responden terbagi menjadi 6 kelas dengan interval 154, hasil ini didapat dari data yang berhasil dihimpun penulis dengan pendapatan terendah Rp 175.000,00 dan tertinggi Rp.1100000,00. Jumlah responden 80 orang terbagi menjadi 40 orang di Pasar Swalayan Matahari dan 40 orang di Pasar Tanjung.

Tabel 4 : Distribusi pendapatan responden berdasarkan keluarga

Pendpt dlm ribuan (Rp)	Psr Swalayan Matahari		Pasar Tanjung	
	Jumlah	%	Jumlah	%
100 - 254	0	0	7	17,5
255 - 409	0	0	15	37,5
410 - 564	7	17,5	12	30
565 - 719	13	32,5	6	15
720 - 874	9	22,5	0	0
> 875	11	27,5	0	0
Total	40	100	40	100

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Dari tabel 4 memperlihatkan bahwa responden di Pasar Swalayan Matahari yang berpenghasilan > 565.000 adalah responden terbanyak artinya responden yang melakukan pembelian buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari merupakan responden berpenghasilan menengah keatas. Lain halnya di Pasar Tanjung rtesponden yang berpenghasilan lebih dari 719.000 tidak ada ataupun jarang sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa responden di Pasar Tanjung adalah responden yang berpenghasilan menengah kebawah dan sedang.



## b. Harga buah dan sayur

Pengukuran harga dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan di Pasar Tanjung .

Nilai dari harga ini berdasarkan nilai nominal harga buah ataupun sayur yang telah ditetapkan persatuan Kg ataupun perikat buah dan sayur.

Tabel 5 : Harga buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

Jenis buah	Pasar Swalayan Matahari	Pasar Tanjung
	Harga buah (Rp /Kg)	Harga buah (Rp/ Kg)
Apel Malang	10650	9500
Apel Manalagi	10900	9750
Apel Fuji	15200	14500
Apel Washington	13500	12000
Pear Yillie	6750	6500
Pear Shadong	9300	9000
Jeruk Lokam	9400	10000
Jeruk Hijau	7850	7500
Jeruk Navalen	15700	-
Duku	7450	6000
Rambutan	2500	1500
Langsep	4500	3500
Alpukat	5200	3750
Semangka	8400	6250
Salak	6500	4500
Anggur lokal	6750	5000

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Tabel 6 : Harga Sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

Jenis Sayur	Pasar Swalayan Matahari	Pasar Tanjung
	Harga sayur (Rp/ikat)	Harga Sayur (Rp /ikat)
Pakis	550	350
Kangkung	500	250
Bayam merah	600	500
Bayam Hijau	450	300
Klentang	750	500
Kacang Panjang	700	500
Selada sayur	1750	1250
Sawi daging	1600	1200
Selada air	750	500
Caisim	500	300

Sumber : Data primer diolah, Maret 2001

### c. Mutu produk / barang

Nilai dari mutu ini berdasarkan penilaian responden terhadap produk dari Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung. Mutu produk ini dikategorikan sebagai berikut : mutu baik, mutu cukup baik dan mutu kurang bagus.

Tabel 7 : Penilaian responden Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung terhadap mutu buah dan sayur

Penilaian Responden	Psr Swalayan Matahari		Pasar Tanjung	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Mutu baik	30	75	6	15
Cukup baik	10	25	32	80
Kurang bagus	0	0	2	5
Total	40	100	40	100

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Dari tabel 7 diketahui bahwa responden 75% responden menjawab bahwa buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari memiliki mutu baik sedangkan 10 % menyatakan cukup baik. Sedangkan di Pasar Tanjung diketahui bahwa 80% responden menjawab buah dan sayur di Pasar Tanjung mutunya cukup bagus, sedangkan sisanya 15 % memiliki mutu baik dan 5 % memiliki mutu kurang bagus.

## 4.2 Analisis Hasil Penelitian

### 4.2.1 Analisis Regresi dari hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Martahari dan Pasar Tanjung . Adapun variabel-variabel tersebut adalah pendapatan, harga dan mutu produk.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel –variabel tersebut terhadap permintaan buah dan sayur maka digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan :

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Berdasarkan perhitungan yang ada pada lampiran 1-4 maka dapat diperoleh suatu persamaan regresi sample sebagai berikut :

a. Untuk permintaan buah di Pasar Swalayan Matahari

$$\hat{Y} = 62007,751 + 0,0475552X_1 + 0,4684567X_2 - 3031,273 X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diterangkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 62007,751 dari hasil regresi linear berganda diatas menunjukkan bahwa apabila variabel pendapatan , harga dan mutu produk besarnya nol maka jumlah permintaan buah sebesar 62007,751 rupiah.
2. Pendapatan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,0475552 menunjukkan bahwa bila tidak ada perubahan harga dan mutu produk maka setiap kenaikan pendapatan sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan buah sebesar 0,0475552 satuan. artinya terjadi perubahan searah.



3. Harga mempunyai koefisien regresi sebesar 0,4684567 menunjukkan bahwa bila terjadi kenaikan harga sebesar 1 satuan akan dapat menyebabkan terjadinya kenaikan jumlah permintaan buah sebesar 0,4684567 satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan mutu produk.
4. Mutu produk mempunyai koefisien -3031,273 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan mutu barang maka jumlah permintaan akan mengalami penurunan sebesar 3031,273 satuan dengan asumsi tidak ada perubahan harga dan pendapatan.

b. Untuk permintaan sayur di Pasar Swalayan Matahari

$$\hat{Y} = 15318,904 + 0,0620133X_1 + 11,75685X_2 + 1100,661X_3$$

1. Nilai konstanta 15318,904 menunjukkan bahwa apabila variabel pendapatan, harga, mutu produk sama dengan nol maka permintaan sayur sebesar 15318,904 rupiah.
2. Pendapatan mempunyai koefisien 0,0620133 menunjukkan bahwa bila tidak ada perubahan harga dan mutu lproduk, maka setiap kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kenaikan jumlah lpermintaan sebesar 0,0620133 satuan.
3. Harga mempunyai koefisien 11,75685 menunjukkan bahwa bila terjadi kenaikan harga sebesar 1 satuan akan dapat menyebabkan terjadinya penambahan jumlah permintaan sayur sebesar 11,75685 satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan mutu.
4. Mutu barang mempunyai koefisien 1100,661 menunjukkan bahwa bila terjadi kenaikan mutu 1 satuan akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan sayur sebesar 1100,661 satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan harga.

c. Untuk Permintaan buah di Pasar Tanjung

$$\hat{Y} = -7141,8266 + 0,0279943 X_1 + 2,4182603X_2 + 4939,7756 X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diterangkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta  $-7141,8266$  menunjukkan bahwa apabila variabel pendapatan, harga dan mutu produk sama dengan nol maka jumlah permintaan buah akan terjadi pengurangan  $7141,8266$  rupiah.
2. Pendapatan mempunyai koefisien regresi sebesar  $0,0279943$  menunjukkan bahwa bila tidak ada perubahan harga, dan mutu buah maka setiap kenaikan pendapatan sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan jumlah lpermintaan buah sebesar  $0,0279943$  satuan .
3. Harga mempunyai koefisien regresi sebesar  $2,4182603$  menunjukkan bahwa bila terjadi kenaikan harga sebesar 1 satuan akan dapat menyebabkan terjadinya kenaikan jumlah permintaan buah sebesar  $2,4182603$  satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan mutu.
4. Mutu buah mempunyai koefisien regresi sebesar  $4939,7756$  menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan mutu buah sebesar 1 satuan maka akan ada jumlah kenaikan jumlah permintaan buah sebesar  $4939,7756$  satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan harga.

d. Untuk permintaan sayur di Pasar Tanjung

$$\hat{Y} = 115,17001 + 0,0219005 X_1 + 15,663113X_2 + 1498,2735X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diterangkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta  $115,17001$  menunjukkan bahwa apabila variabel pendapatan, harga dan mutu barang sama dengan nol maka permintaan sayur sebesar  $115,17001$  rupiah.
2. Pendapatan mempunyai koefisien regresi sebesar  $0,0219005$  menunjukkan bahwa bila tidak ada perubahan harga dan mutu barang maka setiap kenaikan pendapatan sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan sayur sebesar  $0,0219005$  satuan.
3. Harga mempunyai koefisien regresi sebesar  $15,663113$  menunjukkan bahwa bila terjadi kenaikan harga sebesar 1 satuan akan menyebabkan terjadinya



kenaikan jumlah permintaan sayur sebesar 15,663113 satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan mutu.

4. Mutu sayur mempunyai koefisien regresi sebesar 1498,2735 menunjukkan bahwa setiap kenaikan mutu barang 1 satuan akan menyebabkan kenaikan jumlah permintaan sayur sebesar 1498,2735 satuan dengan asumsi tidak ada perubahan pendapatan dan harga.

#### 4.2.2 Pengujian statistik

##### 1. Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama ( $F_{test}$ )

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel –variabel bebas (pendapatan , harga , mutu) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan buah dan sayur . Adapun untuk menguji hal tersebut digunakan uji F atau dikenal dengan nama  $f_{test}$ .

Dari hasil perhitungan pada lampiran 1-4 dengan menggunakan probabilitas (level of significant) 95% atau derajat kesalahan 5% pada  $df = 36$  ternyata  $F_{hit} > F_{tab}$  yaitu untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $12,81904 > 8,59$  dan  $27,8411 > 8,59$  , untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Tanjung adalah  $30,5549 > 8,59$  dan  $14,23027 > 8,59$  . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara nyata (signifikan)  $H_0$  ditolak ,  $H_1$  diterima atau dengan kata lain dapat diartikan bahwa secara bersama-sama dan nyata variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

##### 2. Uji koefisien Secara Parsial ( $T_{test}$ )

Untuk menguji pengaruh masing-masing koefisien regresi variabel bebas terhadap variabel terikat ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi parsialnya dan apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak maka perlu diuji dengan uji T dua arah dengan derajat keyakinan 95% berdasarkan perhitungan diperoleh hasil dalam tabel sebagai berikut :

Analisis varians untuk pengujian regresi parsial

- a. Permintaan buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung



Tabel 8 : Analisis varians-pengujian regresi parsial permintaan buah di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

Variabel bebas	koef regresi	$T_{hit}$	$T_{tab}$	Kesimpulan
X1 PSM	0,0475552	5,6861205	1,684	signifikan
PT	0,0279943	3,7154543		signifikan
X2 PSM	0,4684567	0,4637961	1,684	Tdk signifikan
PT	2,4182603	4,293632		signifikan
X3 PSM	-3031,273	-0,9175666	1,684	Tdk signifikan
PT	4939,7756	2,2408326		signifikan

Sumber : Data primer diolah, Maret 2001

b. Permintaan Sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung

Tabel 9 : Analisis varians regresi parsial permintaan sayur di Pasar swalayan matahari dan Pasar Tanjung

variabel bebas	Koef. Regresi	$T_{hit}$	$T_{tab}$	Kesimpulan
X1 PSM	0,0620133	9,1010807	1,684	signifikan
PT	0,0219005	3,8189824		signifikan
X2 PSM	11,75685	0,4769068	1,684	Tdk signifikan
PT	15,663113	2,1016746		signifikan
X3 PSM	1100,6610	0,3969671	1,684	Tdk signifikan
PT	1498,2735	0,8423733		Tdk signifikan

Sumber : Data primer diolah , Maret 2001

Berdasarkan tabel 8 dan 9 maka pengujian hipotesis secara parsial untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah :

- a. Pengujian terhadap koefisien regresi tingkat pendapatan ( $X_1$ ) terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung dengan tingkat keyakinan 95% dan uji 2 arah maka diperoleh untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $T_{tabel}$  adalah sebesar 1,684 dan  $T_{hit}(\text{buah})$  5,6861205,  $T_{hit}(\text{sayur})$  9,1010807 yang mana

- $T_{hit} > T_{tab}$  (Signifikan). Untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Tanjung  $T_{tab}$  adalah sebesar 1,684 dan  $T_{hit}(\text{buah})$  3,7154543,  $T_{hit}(\text{sayur})$  3,8189824 yang mana  $t_{hit} > T_{tab}$  (signifikan). Hal ini berarti  $X_1$  untuk permintaan buah dan sayur di kedua pasar tersebut mempunyai pengaruh yang nyata terhadap besarnya permintaan buah dan sayur.
- b. Pengujian hipotesis variabel harga ( $X_2$ ) terhadap besarnya permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung dengan tingkat keyakinan 95% dan uji 2 arah diperoleh untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $T_{tabel}$  adalah sebesar 1,684 dan  $T_{hit}(\text{buah})$  0,4637961,  $T_{hit}(\text{sayur})$  0,4769068 yang mana  $T_{hit} < T_{tab}$  dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak berarti bahwa harga tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari. Untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Tanjung  $T_{tab}$  adalah sebesar 1,684 dan  $T_{hit}(\text{buah})$  4,293632,  $T_{hit}(\text{sayur})$  2,1016746 hal ini berarti  $T_{hit} > T_{tab}$  dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh nyata terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Tanjung.
- c. Pengujian hipotesis variabel mutu produk terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung dengan tingkat keyakinan 95% dan uji 2 arah diperoleh untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $T_{tabel}$  adalah sebesar 1,684 dan  $T_{hit}(\text{buah})$  -0,9175666 (berbanding terbalik dengan Y),  $T_{hit}(\text{sayur})$  0,3969671 hal ini berarti  $T_{hit} < T_{tab}$  dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang berarti bahwa mutu tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap jumlah permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari. Untuk **permintaan buah dan sayur di Pasar Tanjung**  $T_{tab}$  sebesar 1,684 dan  $T_{hit}(\text{Buah})$  2,2408326,  $T_{hit}(\text{sayur})$  0,8423733, hal ini berarti bahwa untuk permintaan buah  $T_{hit} > T_{tab}$  dengan kata lain bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti  $X_3$  untuk permintaan buah mempunyai pengaruh



yang nyata. Sedangkan untuk permintaan sayur  $T_{hit} < T_{tab}$  dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang berarti  $X_3$  untuk permintaan sayur di Pasar Tanjung tidak mempunyai pengaruh yang nyata.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besarnya pengaruh koefisien regresi yaitu variabel pendapatan, harga, dan mutu produk terhadap variasi permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung digunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil perhitungan pada lampiran 1 dan 2 diperoleh nilai  $R^2$  untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari adalah 0,5165 dan 0,698803 hal ini berarti bahwa pengaruh variabel pendapatan, harga dan mutu produk terhadap variasi permintaan buah 51,65% dan sayur 69,8803 sedangkan sisanya 48,35% dan 30,1197% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar jangkauan peneliti.

Hasil perhitungan pada lampiran 3 dan 4 di peroleh nilai  $R^2$  untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Tanjung adalah 0,718011 dan 0,542513 hal ini berarti bahwa pengaruh variabel pendapatan, harga dan mutu produk terhadap variasi permintaan buah 71,8011% dan sayur 54,2513% sedangkan sisanya 28,1989% dan 45,7487% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar variabel penelitian ini.

#### 4.3.2 Pembahasan

Telah diketahui bahwa permintaan itu dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor yang antara lain harga barang, pendapatan konsumen, banyaknya konsumen, selera konsumen, harga barang lain, harapan dimasa yang akan datang. Menurut penelitian ini adalah pengaruh dari pendapatan terhadap permintaan di Pasar Swalayan Matahari sebesar  $X_1$ (buah) 0,047552 dan  $X_1$ (sayur) 0,0620133 sedangkan di Pasar Tanjung sebesar  $X_1$ (buah) 0,0279943 dan  $X_1$ (sayur) 0,0219005 hal ini berarti bahwa semakin besar pendapatan masyarakat maka permintaan buah dan sayur di kedua pasar tersebut juga akan semakin besar (*ceteris paribus*) hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menurut pengertian ekonomi adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada kesatuan waktu tertentu dengan dipengaruhi oleh jumlah penduduk suatu negara, harga barang tersebut, pendapatan masyarakat yang tersedia



untuk dibelanjakan ,harga barang lain dan selera. Bertambahnya permintaan konsumen terhadap suatu barang tertentu dapat terjadi karena bertambahnya pendapatan. Apabila pendapatan masyarakat bertambah pada tingkat harga yang berlaku di pasar, permintaan konsumen terhadap suatu barang bertambah banyak . Demikian pula sebaliknya (Sadono, 1985 :59).

Koefisien pendapatan diatas menunjukkan angka positif dimana apabila koefisien elastisitas pendapatan diperoleh angka positif berarti tergolong barang normal dan apabila koefisien elastisitas pendapatan diperoleh angka negatif berarti tergolong barang inferior (Heidar, 1991 :30)

Menurut Sadono Sukirno (1985 :30) faktor pendapatan penduduk merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan atas berbagai barang, dimana perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan atas permintaan berbagai jenis barang dan dijelaskan pula bahwa besar kecilnya konsumsi pada suatu masyarakat tergantung pada tingkat pendapatannya pada waktu yang bersangkutan. Demikian pula dengan besar kecilnya permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung dipengaruhi oleh pendapatan konsumen . Hal ini berarti rendahnya pendapatan perkapita menyebabkan sebagian besar dari pendapatan saat itu dipakai untuk memenuhi kebutuhan pokok(primer)

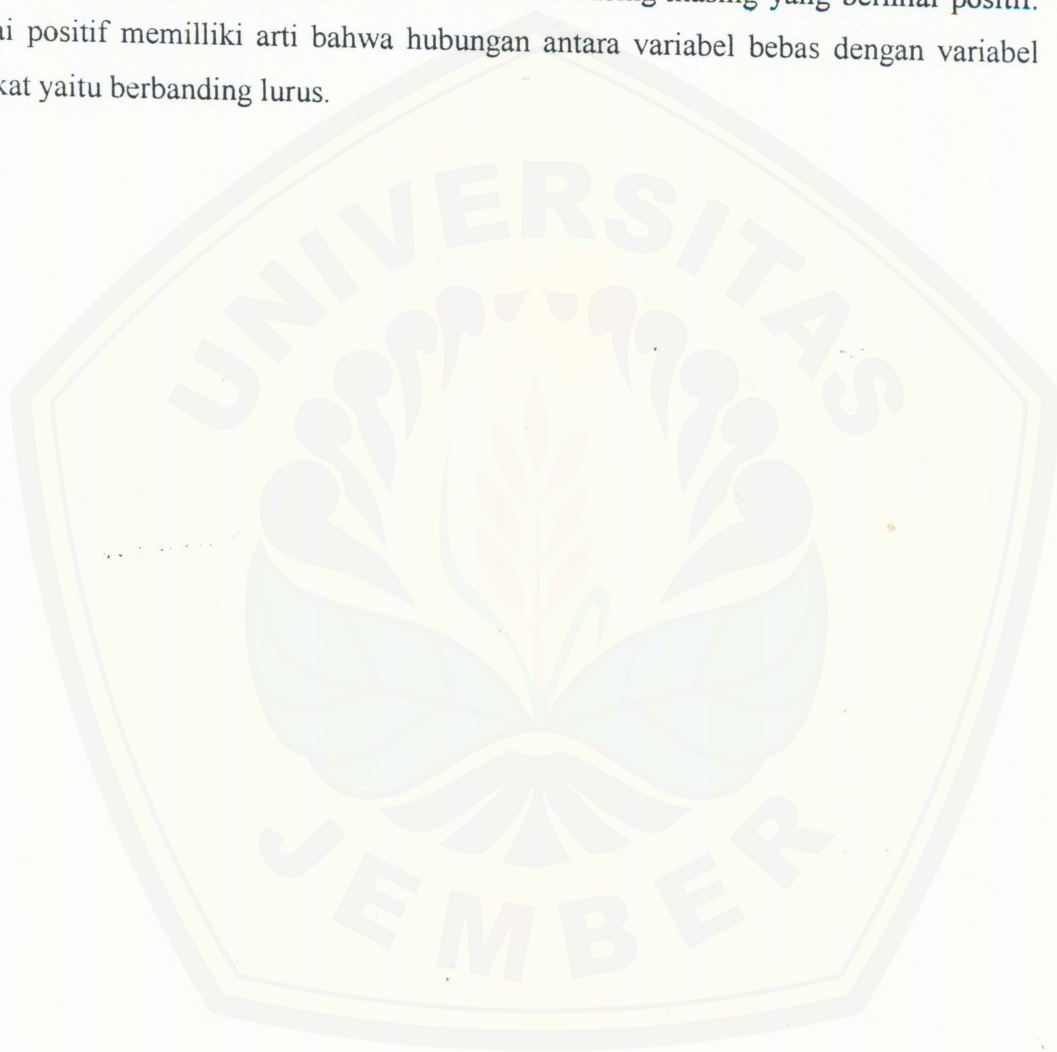
Pengaruh harga terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $X_2(\text{buah}) 0,4684567$  dan  $X_2(\text{sayur}) 11,75685$  ,sedangkan di Pasar Tanjung sebesar  $X_2(\text{buah}) 2,4182603$  dan  $X_2(\text{sayur}) 15,663113$  hal ini berarti bahwa di mas krisis konsumen di kedua pasar tersebut selalu menambah jumlah permintaan akan buah dan sayur walaupun diketahui harga terus mengalami kenaikan, dengan alasan bahwa kebutuhan akan barang tersebut diperlukan bagi keluarga mereka.Dengan menggunakan pengujian regresi secara parsial ternyata untuk  $X_2$  baik untuk **permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari ternyata  $T_{hit} < T_{tab}$  sehingga** dapat diketahui bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang nyata (tidak signifikan) hal ini terjadi akibat sikap konsumen yaitu mereka berbelanja buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dengan alasan lebih praktis, harga tetap(tidak mudah ditipu), dan

aman. Sedangkan di Pasar Tanjung  $X_2$  baik untuk permintaan buah ataupun sayur memiliki  $T_{hit} > T_{tab}$  sehingga dapat diketahui harga memiliki pengaruh yang nyata (signifikan), keadaan tersebut terjadi karena konsumen lebih bersikap hati-hati untuk membeli buah dan sayur karena mereka dapat terjebak dalam harga yang tidak sesuai dengan buah atau sayur yang dibeli ataupun karena di masa krisis masyarakat lebih mencari alternatif lain yang lebih murah untuk berbelanja buah dan sayur, utamanya di pasar tradisional yaitu Pasar Tanjung.

Pengaruh mutu produk terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $X_3(\text{buah})=3031,273$  dan  $X_3(\text{sayur}) 1100,661$ , sedangkan di Pasar Tanjung  $X_3(\text{buah}) 4939,7756$  dan  $X_3(\text{sayur}) 1498,2735$  hal ini berarti untuk  $X_3(\text{buah})$  di Pasar Swalayan Matahari memiliki hubungan terbalik dengan permintaan buah artinya jika mutu buah naik maka jumlah permintaan buah di Pasar Swalayan Matahari akan turun. Sedangkan untuk  $X_3(\text{sayur})$  di Pasar Swalayan Matahari dan  $X_3(\text{buah})$ ,  $X_3(\text{sayur})$  di Pasar Tanjung dapat diterangkan sebagai berikut bahwa semakin besar mutu produk maka permintaan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan permintaan buah, sayur di Pasar Tanjung akan makin besar pula. Hal ini Hasil pengujian regresi secara parsial terhadap variabel  $X_3$  baik untuk buah dan sayur adalah sebagai berikut yaitu untuk  $X_3$  buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari  $T_{hit} < T_{tab}$  artinya mutu barang tidak mempunyai pengaruh nyata terhadap permintaan buah dan sayur. Hal ini terjadi karena sebagian besar responden mempercayai bahwa mutu buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari baik sehingga konsumen tidak merasa takut bahwa barang yang di belinya tidak bermutu. Variabel  $X_3$  (buah) di Pasar Tanjung mempunyai  $T_{hit} > T_{tab}$  hal ini berarti mutu mempengaruhi konsumen untuk membeli buah di Pasar Tanjung dengan alasan buah di Pasar Tanjung tidak segar, banyak yang tiruan (misalnya buah import), memiliki kualitas yang tidak terjamin. Sedangkan variabel untuk  $X_3$  sayur  $T_{hit} < T_{tab}$  hal ini berarti konsumen dalam membeli sayur di Pasar Tanjung tidak dipengaruhi oleh mutu, alasan konsumen karena sayur yang dijual sebagian langsung datang dari petani sehingga keadaannya masih segar.



Dengan menggunakan Uji F dimana variabel bebas (pendapatan , harga dan mutu) terhadap variabel terikat permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan matahari dan di Pasar Tanjung secara serentak mempunyai pengaruh yang berarti nyata. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien masing-masing yang bernilai positif. Nilai positif memiliki arti bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu berbanding lurus.







## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa terhadap variabel yang mempengaruhi besarnya permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Variabel pendapatan , harga dan mutu barang secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap besarnya permintaan buah dan sayur di kedua pasar dengan koefisien determinasi  $R^2$ (buah di PSM) sebesar 0,5165,  $R^2$  (sayur di PSM) sebesar 0,698803,  $R^2$  (buah di PT) sebesar 0,718011 ,  $R^2$  (sayur di PT) sebesar 0,542513 dan  $F_{hit}$  (buah di PSM) 12,81904,  $F_{hit}$  (sayur di PSM) sebesar 27,8411,  $F_{hit}$ (buah di PT) sebesar 30,5549 dan  $F_{hit}$  (sayur di PT) 14,23027 lebih besar dari  $F_{tabel}$  8,59.
- b. Konstanta (buah di PSM) 62007,751 sedangkan konstanta (buah di PT) sebesar – 7141,8266 berarti bahwa jika di Pasar Swalayan Matahari apabila variabel pendapatan, harga dan mutu produk besarnya sama dengan nol maka jumlah permintaan buah sebesar 62007,751 sedangkan di Pasar Tanjung akan mengalami penurunan sebesar 7141,8266 rupiah. Konstanta( sayur di PSM) sebesar 1531,904 dan konstanta (sayur di PT ) sebesar 115,17001 berarti bahwa apabila variabel pendapatan , harga dan mutu produk sama dengan nol maka permintaan sayur di Pasar Swalayan Matahari sebesar 1531,904 dan di Pasar Tanjung sebesar 115,17001 rupiah.
- c. Pendapatan mempunyai pengaruh signifikansi terhadap permintaan buah dan sayur di kedua pasar . Ini terlihat dari koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,0475552 (buah di PSM), 0,0279943( buah di PT) , 0,0620133 (sayur di PSM), dan 0,0219005 (sayur di PT) berarti **semakin besar pendapatan semakin besar** permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari dan Pasar Tanjung. Pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap besarnya permintaan buah dan sayur di kedua pasar tersebut karena  $T_{hit}$  (buah di PSM) 5,6861205,

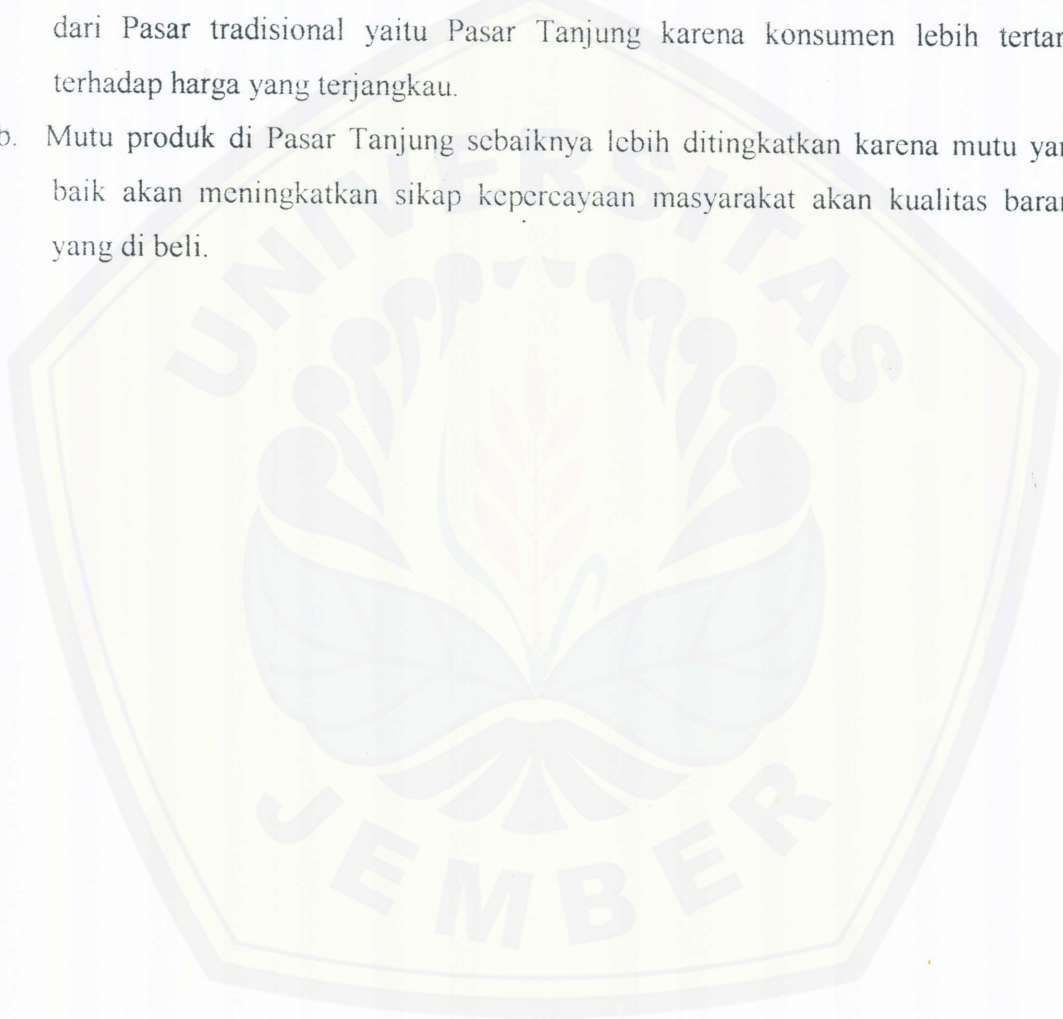
$T_{hit}(\text{buah di PT}) 3,7154543$ ,  $T_{hit}(\text{sayur di PSM}) 9,1010807$  dan  $T_{hit}(\text{sayur di PT}) 3,8189824 > T_{tab} 1,684$ .

- d. Harga untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dengan koefisien regresi 0,4684567 dan 11,75685 yang ditunjukkan oleh  $T_{hit}(\text{buah}) 0,4637961 < T_{tab} 1,684$  dan  $T_{hit}(\text{sayur}) 0,4769068 < T_{tab} 1,684$ . Hal ini berarti secara parsial variabel harga mempunyai pengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari. Lain halnya dengan Pasar Tanjung variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan buah dan sayur dengan koefisien regresi 4,293632 dan 2,1016746 yang ditunjukkan oleh  $T_{hit}(\text{buah}) 4,293632 > T_{tab} 1,684$  dan  $T_{hit}(\text{sayur}) 2,1016746 > T_{tab} 1,684$ . hal ini berarti secara parsial variabel harga mempunyai pengaruh yang nyata terhadap permintaan sayur dan buah di Pasar Tanjung.
- e. Mutu produk untuk permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dengan koefisien regresi  $-0,3031,273$  (berbanding terbalik) dan 1100,661 yang ditunjukkan oleh  $T_{hit}(\text{buah}) -0,9175666 < T_{tab} 1,684$  dan  $T_{hit}(\text{sayur}) 0,3969671 < T_{tab}$  sebesar 1,684 ini berarti bahwa secara parsial variabel mutu produk mempunyai pengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari. Lain halnya dengan Pasar Tanjung mutu produk terhadap permintaan buah mempunyai pengaruh yang signifikan sedangkan mutu produk terhadap permintaan sayur mempunyai pengaruh yang tidak signifikan sama dengan di Pasar Swalayan Matahari. Dimana koefisien regresinya  $X_1(\text{buah}) 4939,7756$   $X_1(\text{sayur}) 1498,2735$  dan  $T_{hit}(\text{buah}) 2,2408326 > T_{tab} 1,684$  berarti bahwa mutu produk mempunyai pengaruh nyata terhadap permintaan buah di Pasar Tanjung,  $T_{hit}(\text{sayur}) 0,8423733 < T_{tab} 1,684$  berarti bahwa mutu produk mempunyai pengaruh tidak nyata terhadap permintaan sayur di Pasar Tanjung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil simpulan diatas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

- a. Harga buah dan sayur di Pasar Swalayan Matahari seharusnya tidak terlalu mahal dari Pasar tradisional yaitu Pasar Tanjung karena konsumen lebih tertarik terhadap harga yang terjangkau.
- b. Mutu produk di Pasar Tanjung sebaiknya lebih ditingkatkan karena mutu yang baik akan meningkatkan sikap kepercayaan masyarakat akan kualitas barang yang di beli.





DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar , 2000, **Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Permintaan Buah Impor di Mataram Nusa Tenggara Barat**, Majalah Ilmiah Universitas Mataram, April 2000, Mataram
- Basu Swasta DH, T Hani Handoko , 1987,**Manajemen pemasaran analisa perilaku konsumen**, Liberty, Yokyakarta
- Gilarso, 1993, **Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Mikro**, Kanisius, Yokyakarta
- Gyarto, 1987, **Konsumen Pedagang dan Kecil Berbeda**, Majalah Prisma, Juli 1987, LP3ES
- Heidar, A Soeyono, 1992, **Ilmu Ekonomi**, Jember, FEUJ
- Johanes A.S, 1987, **Kelemahan dan Kekuatan Retail Bussines di Indonesia**, Dalam Majalah Prima, Juli 1987, LP3ES
- Kolter ,1987, **Dasar-Dasar Pemasaran** , Eirlangga, Jakarta  
**Majalah Cakram** edisi Juli 1998
- Radiosunu, Drs, 1983, **Manajemen Pemasaran suatu pendekatan analisa perilaku Konsumen** ,Liberty, Yokyakarta
- Sudarsono, 1983, **Ekonomi Mikro ( Perilaku Harga Pasar dan Konsumen)**, Liberty, Yokyakarta
- Sukirno, Sadono, 1994, **Pengantar Teori Mikro Ekonomi**, Jakarta, Rajawali Pers
- Sumardi, Mulyanto, 1983, **Sumber Pendapatan ,Kebutuhan Pokok dan Perilaku Menyimpang**, Rajawali, Jakarta
- Soelistyo, MBA, 1982, **Ekonometrika Buku I**, Jakarta , LPFE –UI
- Supranto J, **Perilaku Konsumen dalam Era Krisis**, Majalah Usahawan No. 01 Th XXVIII Januari 1999
- Syahrudin , 1990, **Dasar-dasar Teori Ekonomi Mikro**, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

Walter Nicholson, **Mikro Ekonomi Intermediate**, Edisi Kelima, 1995 , Binarupa Aksara Jakarta

Widyawati, Evita, 1994, **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam Berbelanja pada Pasar Swalayan Bilka dan Pasar Tradisional Keputran** , Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Tidak dipublikasikan





SWALAYAN MATAHARI

obs	Y	X1	X2	X3
1	70000.00	415000.0	8400.000	3.000000
2	72500.00	430000.0	6750.000	3.000000
3	75000.00	525000.0	9400.000	3.000000
4	80000.00	425000.0	9400.000	3.000000
5	85000.00	505000.0	9400.000	2.000000
6	90000.00	600000.0	10900.00	3.000000
7	95000.00	580000.0	9400.000	3.000000
8	90000.00	555000.0	8900.000	2.000000
9	75000.00	565000.0	8400.000	3.000000
10	80000.00	560000.0	8900.000	2.000000
11	85000.00	570000.0	9400.000	3.000000
12	95000.00	575000.0	8400.000	3.000000
13	92000.00	650000.0	8900.000	3.000000
14	95000.00	590000.0	8400.000	3.000000
15	90000.00	605000.0	7850.000	3.000000
16	92000.00	625000.0	6750.000	2.000000
17	87500.00	625000.0	9400.000	2.000000
18	85000.00	615000.0	8400.000	3.000000
19	87500.00	620000.0	8400.000	3.000000
20	90000.00	650000.0	8900.000	3.000000
21	92000.00	740000.0	9400.000	2.000000
22	90000.00	780000.0	10650.00	3.000000
23	87500.00	755000.0	10900.00	3.000000
24	92500.00	775000.0	7450.000	3.000000
25	90000.00	735000.0	9400.000	3.000000
26	110000.0	785000.0	8400.000	3.000000
27	95000.00	820000.0	7500.000	3.000000
28	87500.00	925000.0	6900.000	3.000000
29	92500.00	850000.0	8400.000	2.000000
30	100000.0	985000.0	13500.00	3.000000
31	97500.00	870000.0	7500.000	3.000000
32	85000.00	900000.0	8400.000	2.000000
33	80000.00	890000.0	9400.000	3.000000
34	97000.00	910000.0	9400.000	3.000000
35	110000.0	950000.0	10900.00	3.000000
36	97500.00	960000.0	9400.000	3.000000
37	115000.0	920000.0	13500.00	2.000000
38	130000.0	1020000.0	7450.000	2.000000
39	110000.0	1100000.0	10900.00	3.000000
40	120000.0	925000.0	9400.000	3.000000

LS // Dependent Variable is Y

Date: 3-26-2001 / Time: 8:24

SMPL range: 1 - 40

Number of observations: 40

VARIABLE	COEFFICIENT	STD. ERROR	T-STAT.	2-TAIL SIG.
C	62007.751	13129.723	4.7227007	0.0000
X1	0.0475552	0.0083634	5.6861205	0.0000
X2	0.4684567	1.0100490	0.4637961	0.6456
X3	-3031.2730	3303.5998	-0.9175666	0.3650
R-squared	0.516500	Mean of dependent var	92262.50	
Adjusted R-squared	0.476209	S.D. of dependent var	12493.58	
S.E. of regression	9042.035	Sum of squared resid	2.94E+09	
Log likelihood	-419.0359	F-statistic	12.81904	
Durbin-Watson stat	1.227695	Prob(F-statistic)	0.000007	



obs	Y	X1	X2	X3
1	45000.00	415000.0	600.0000	3.000000
2	50000.00	430000.0	600.0000	3.000000
3	65000.00	525000.0	600.0000	3.000000
4	62000.00	425000.0	600.0000	3.000000
5	64000.00	505000.0	500.0000	2.000000
6	67000.00	600000.0	500.0000	3.000000
7	54000.00	580000.0	500.0000	3.000000
8	55000.00	555000.0	500.0000	2.000000
9	56000.00	565000.0	600.0000	3.000000
10	57000.00	560000.0	600.0000	2.000000
11	75000.00	570000.0	600.0000	3.000000
12	60000.00	575000.0	500.0000	3.000000
13	65000.00	650000.0	500.0000	3.000000
14	55000.00	590000.0	500.0000	3.000000
15	57500.00	605000.0	600.0000	3.000000
16	62000.00	625000.0	600.0000	2.000000
17	65000.00	625000.0	500.0000	2.000000
18	55000.00	615000.0	500.0000	3.000000
19	75000.00	620000.0	600.0000	3.000000
20	65000.00	650000.0	600.0000	3.000000
21	55000.00	740000.0	500.0000	2.000000
22	80000.00	780000.0	500.0000	3.000000
23	75000.00	755000.0	600.0000	3.000000
24	65000.00	775000.0	600.0000	3.000000
25	52000.00	735000.0	600.0000	3.000000
26	70000.00	785000.0	500.0000	3.000000
27	80000.00	820000.0	500.0000	3.000000
28	82000.00	925000.0	600.0000	3.000000
29	75000.00	850000.0	500.0000	2.000000
30	77500.00	985000.0	500.0000	3.000000
31	75000.00	870000.0	600.0000	3.000000
32	80000.00	900000.0	600.0000	2.000000
33	85000.00	890000.0	600.0000	3.000000
34	82500.00	910000.0	500.0000	3.000000
35	85000.00	950000.0	600.0000	3.000000
36	90000.00	960000.0	500.0000	3.000000
37	95000.00	920000.0	500.0000	2.000000
38	85000.00	1020000.0	500.0000	2.000000
39	90000.00	1100000.0	600.0000	2.000000
40	95000.00	925000.0	600.0000	3.000000

LS // Dependent Variable is Y

Date: 3-26-2001 / Time: 8:25

SMPL range: 1 - 40

Number of observations: 40

VARIABLE	COEFFICIENT	STD. ERROR	T-STAT.	2-TAIL SIG.
C	15318.904	15763.986	0.9717659	0.3377
X1	0.0620133	0.0068138	9.1010807	0.0000
X2	11.756850	24.652299	0.4769068	0.6363
X3	1100.6610	2772.6757	0.3969671	0.6937
R-squared	0.698803	Mean of dependent var		69587.50
Adjusted R-squared	0.673704	S.D. of dependent var		13324.30
S.E. of regression	7611.153	Sum of squared resid		2.09E+09
Log likelihood	-412.1451	F-statistic		27.84110
Durbin-Watson stat	1.611367	Prob(F-statistic)		0.000000



obs	Y	X1	X2	X3
1	24000.00	200000.0	1500.000	2.000000
2	20000.00	350000.0	5000.000	2.000000
3	12000.00	175000.0	3000.000	2.000000
4	20000.00	300000.0	2500.000	2.000000
5	40000.00	400000.0	10000.00	2.000000
6	20000.00	200000.0	3500.000	2.000000
7	10000.00	175000.0	2500.000	1.000000
8	18000.00	225000.0	1500.000	2.000000
9	25000.00	250000.0	3250.000	3.000000
10	20.00000	400000.0	2000.000	2.000000
11	20000.00	350000.0	1500.000	2.000000
12	25000.00	450000.0	3750.000	3.000000
13	22500.00	375000.0	2250.000	2.000000
14	30000.00	600000.0	2500.000	2.000000
15	27500.00	450000.0	3500.000	2.000000
16	25000.00	550000.0	5000.000	2.000000
17	20000.00	465000.0	3500.000	2.000000
18	15000.00	355000.0	2500.000	2.000000
19	17500.00	365000.0	2500.000	2.000000
20	10000.00	275000.0	3500.000	1.000000
21	25000.00	555000.0	4000.000	2.000000
22	15000.00	365000.0	2500.000	2.000000
23	12000.00	275000.0	1500.000	2.000000
24	20000.00	325000.0	4500.000	2.000000
25	25000.00	430000.0	2750.000	2.000000
26	25000.00	425000.0	2500.000	2.000000
27	35000.00	545000.0	3500.000	2.000000
28	20000.00	340000.0	2500.000	2.000000
29	10000.00	250000.0	1500.000	2.000000
30	15000.00	325000.0	1500.000	2.000000
31	25000.00	425000.0	2500.000	2.000000
32	30000.00	565000.0	4500.000	2.000000
33	15000.00	325000.0	1500.000	2.000000
34	20000.00	425000.0	2750.000	3.000000
35	35000.00	665000.0	3500.000	3.000000
36	30000.00	600000.0	4500.000	2.000000
37	25000.00	550000.0	3000.000	2.000000
38	40000.00	650000.0	7500.000	3.000000
39	25000.00	525000.0	3500.000	2.000000
40	55000.00	715000.0	7500.000	3.000000

LS // Dependent Variable is Y  
 Date: 3-26-2001 / Time: 8:22  
 SMPL range: 1 - 40  
 Number of observations: 40

VARIABLE	COEFFICIENT	STD. ERROR	T-STAT.	2-TAIL SIG.
C	-7141.8266	4277.8501	-1.6694897	0.1037
X1	0.0279943	0.0075346	3.7154543	0.0007
X2	2.4182603	0.5632202	4.2936320	0.0001
X3	4939.7756	2204.4376	2.2408326	0.0313
R-squared	0.718011	Mean of dependent var	22588.00	
Adjusted R-squared	0.694512	S.D. of dependent var	9803.245	
S.E. of regression	5418.346	Sum of squared resid	1.06E+09	
Log likelihood	-398.5522	F-statistic	30.55490	
Durbin-Watson stat	1.811115	Prob(F-statistic)	0.000000	





obs	Y	X1	X2	X3
1	28000.00	200000.0	500.0000	2.000000
2	18000.00	350000.0	250.0000	2.000000
3	20000.00	175000.0	500.0000	2.000000
4	15000.00	300000.0	250.0000	2.000000
5	10000.00	400000.0	250.0000	2.000000
6	12000.00	200000.0	200.0000	2.000000
7	10000.00	175000.0	300.0000	1.000000
8	10000.00	225000.0	250.0000	2.000000
9	10000.00	250000.0	250.0000	3.000000
10	17500.00	400000.0	200.0000	2.000000
11	10000.00	350000.0	300.0000	2.000000
12	15000.00	450000.0	500.0000	3.000000
13	12500.00	375000.0	250.0000	2.000000
14	20000.00	600000.0	500.0000	2.000000
15	15000.00	450000.0	350.0000	2.000000
16	20000.00	550000.0	250.0000	2.000000
17	15000.00	465000.0	300.0000	2.000000
18	18000.00	355000.0	250.0000	2.000000
19	15000.00	365000.0	300.0000	2.000000
20	10000.00	275000.0	250.0000	1.000000
21	20000.00	555000.0	350.0000	2.000000
22	10000.00	365000.0	500.0000	2.000000
23	12500.00	275000.0	250.0000	2.000000
24	16000.00	325000.0	300.0000	2.000000
25	17500.00	430000.0	250.0000	2.000000
26	18000.00	425000.0	300.0000	2.000000
27	20000.00	545000.0	500.0000	2.000000
28	15000.00	340000.0	300.0000	2.000000
29	12000.00	250000.0	250.0000	2.000000
30	10000.00	325000.0	250.0000	2.000000
31	18000.00	425000.0	250.0000	2.000000
32	30000.00	565000.0	250.0000	2.000000
33	16000.00	325000.0	250.0000	2.000000
34	20000.00	425000.0	300.0000	3.000000
35	30000.00	665000.0	500.0000	3.000000
36	25000.00	600000.0	500.0000	2.000000
37	20000.00	550000.0	350.0000	2.000000
38	30000.00	650000.0	500.0000	3.000000
39	20000.00	525000.0	300.0000	2.000000
40	30000.00	715000.0	500.0000	3.000000

LS // Dependent Variable is Y  
 Date: 3-26-2001 / Time: 8:23  
 SMPL range: 1 - 40  
 Number of observations: 40

VARIABLE	COEFFICIENT	STD. ERROR	T-STAT.	2-TAIL SIG.
C	115.17001	3481.0933	0.0330844	0.9738
X1	0.0219005	0.0057346	3.8189824	0.0005
X2	15.663113	7.4526823	2.1016746	0.0426
X3	1498.2735	1778.6336	0.8423733	0.4051

R-squared	0.542513	Mean of dependent var	17275.00
Adjusted R-squared	0.504389	S.D. of dependent var	6082.710
S.E. of regression	4282.205	Sum of squared resid	6.60E+08
Log likelihood	-389.1393	F-statistic	14.23027
Durbin-Watson stat	1.270991	Prob(F-statistic)	0.000003