

Info Artikel Diterima Mei 2016
Disetujui Juni 2016
Dipublikasikan April 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KONSUMSI CABAI RAWIT DI KABUPATEN SEMARANG

Agung Sanjaya, Dewi Hastuti, Shofia Nur Awami

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Wahid Hasyim Semarang

ABSTRACT

This study aims to determine the most preferred chili, to know an alternative substitution for cayenne chili and to analyzes the factors that affecting consumers on cayenne chili consumption in Semarang Regency. Location determination method using purposive sampling. Respondent sampling method was done by accidental sampling method. The location were Bandarjo Market, Babadan Market, Karangjati Market, Projo Market and Kembang Sari Market in Semarang Regency. Total respondents were 50 people (10 respondents for each market). The analytical method that used are descriptive and multiple linear regression analysis. Based on the analysis, the most preferred chili in Semarang Regency is cayenne chili with the number 37 respondents (74 percent). The alternative substitution for cayenne chili is *keriting* chili. The results showed that the coefficient of determination shown in the value of R Square of 0.719, which means that the consumption of cayenne chili can be explained by the five independent variables in this research that age, price, income, level of preference and the number of family members of 71.9 percent and the rest is 28.1 percent can be explained by other variables outside the model in this research. Simultaneous testing (F-test) at a significance level (α) = 1 percent have significant value of 0.000 indicates that age, price, income, level of preference and the number of family members have significant effects on the consumption of chili. The results of t-test at a significance level (α) = 5 percent for the income variable with significant value 0,039 have significant effects partially on the consumption of chili. Price with significant level 0,002 and level of preference with significant value 0.000 at a significance level (α) = 1 percent have significant effect partially on the consumption of cayenne chili in Semarang Regency.

Keywords: Consumer, Consumption, Cayenne Chili, Semarang Regency

PENDAHULUAN

Sektor pertanian di Indonesia adalah salah satu sektor yang masih sangat strategis untuk dikembangkan. Disaat sektor non pertanian melemah karena berbagai kemerosotan ekonomi, sektor pertanian mampu mengatasi masalah tersebut dan memberikan pilihan bagi masyarakat untuk tidak menganggap remeh sektor pertanian. Mengingat sektor pertanian merupakan sektor penting, maka program pembangunan khususnya bidang usaha pertanian baik oleh pemerintah ataupun swasta harus difokuskan pada pengembangan sektor agribisnis dan sektor agroindustri.

Salah satu yang dapat dikembangkan adalah sektor hortikultura. Perkembangan komoditas hortikultura memberikan nilai tambah bagi pertanian Indonesia. Cabai merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak dikembangkan dan merupakan salah satu kebutuhan bagi masyarakat Indonesia.

Tabel 1. Produksi Tanaman Sayur-sayuran di Kabupaten Semarang tahun 2009-2013

Jenis Tanaman	Produksi Sayuran (Kw)				
	2009	2010	2011	2012	2013
1 Cabai	57.422	80.265	139.519	122.407	132.663
2 Kobis	205.916	173.137	210.156	239.184	181.466
3 Bawang Merah	1.965	1.263	1.833	1.854	990
4 Bawang Putih	0	0	0	0	0
5 Wortel	85.271	123.288	119.778	104.591	104.981
6 Ketimun	15.051	26.671	22.933	22.281	31.160
7 Tomat	74.930	80.814	125.100	113.124	125.057
8 Buncis	40.073	44.183	44.017	42.870	46.927
9 Bawang Daun	93.388	111.414	120.100	133.970	126.043
10 Sawi	167.865	174.058	197.196	194.696	182.369

Sumber: Kabupaten Semarang Dalam Angka Tahun 2014 diolah.

Data hasil sensus Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang tahun 2009-2013 tentang produksi tanaman sayuran dimana produksi cabai (lombok) tahun 2009 adalah sebesar 57.422 Kw meningkat menjadi 80.265 Kw tahun 2010 dan 139.519 Kw pada tahun 2011. Pada tahun 2012 produksinya mengalami penurunan yaitu menjadi 122.407 Kw, kemudian naik lagi menjadi 132.663 pada tahun 2013.

Adapun jenis cabai dan karakternya, diantaranya sebagai berikut: a). Cabai Rawit, tanaman cabai rawit tergolong tanaman semusim atau tanaman berumur pendek yang tumbuh sebagai perdu atau semak. Batang tanaman cabai rawit memiliki struktur yang keras dan berkayu, berwarna hijau gelap, berbentuk bulat, halus, dan bercabang banyak. Daun cabai rawit berbentuk bulat telur dengan ujung runcing dan tepi daun rata (tidak bergerigi atau berlekuk). Daun berupa daun tunggal dengan kedudukan agak mendatar, memiliki tulang daun menyirip, dan tangkai tunggal yang melekat pada batang atau cabang. Bunga tanaman cabai rawit merupakan bunga tunggal yang berbentuk bintang. Penyerbukan bunga termasuk sendiri (*self pollinated crop*), tetapi dapat juga terjadi secara silang dengan keberhasilan sekitar 56%. b). Cabai Besar, cabai merah besar atau umumnya disebut dengan cabai hias merupakan salah satu cabai yang bisa tumbuh di berbagai ketinggian. Bentuk umum dari cabai merah besar biasanya bulat memanjang dan lurus. Adapun ciri dari cabai besar merah permukaan buah rata dan halus, diameter sedang - besar, kulit daging buah tebal, berumur genjah dan dapat tumbuh di berbagai ketinggian. c). Cabai Keriting, cabai keriting merupakan tanaman musiman dengan tinggi dapat mencapai satu meter, daun berwarna hijau tua dan bunga soliter dengan daun bunga putih. Cabai keriting

dapat ditanam didataran rendah sampai pegunungan. Temperatur yang baik untuk tanaman cabai keriting 24°-27°C, dan pembentukan buah pada kisaran 16°-23°C, serta d). Cabai Paprika, cabai paprika merupakan tanaman hortikultura (sayuran) yang dimanfaatkan untuk keperluan pangan. Selain itu, cabai paprika juga digunakan dalam industri farmasi untuk membuat ramuan obat-obatan, kosmetik, perwarna makanan. Buah muda memiliki warna bervariasi (kuning, hijau muda, hijau dan ungu) permukaan rata, kulit daging buah tebal, tidak pedas dan cocok untuk dataran tinggi (Purwono, 2006).

Berdasarkan berita dari media surat kabar di pasar tradisional Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang, harga cabai kembali naik Rp 5.000 perkilogramnya, setelah sebelumnya harga cabai turun hingga 50 persen, dari Rp 85.000 menjadi Rp 40.000 rupiah per kilogramnya. Harga cabai yang tidak stabil tersebut, dipengaruhi oleh faktor cuaca. Harga cabai rawit merah mengalami kenaikan Rp 5.000 dari Rp 40.000 menjadi Rp 45.000, sedangkan untuk harga cabai merah keriting cenderung tidak stabil setiap harinya, semula Rp 35.000 per kilogram, turun menjadi Rp 30.000 per kilogramnya kemudian mengalami kenaikan harga 5 ribu rupiah (Arya, 2015). Berdasarkan uraian tersebut, maka perumusan masalah yang dirumuskan adalah (1) jenis cabai apa yang paling disukai atau menjadi pilihan konsumen, (2) cabai yang menjadi alternatif pengganti cabai rawit dan (3) faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen mengkonsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang.

BAHAN DAN METODE

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif*. Metode deskriptif yaitu memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, masalah-masalah yang aktual, dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dilakukan analisis (Surakhmad, 1994). Teknik pelaksanaan dari penelitian ini menggunakan metode *survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuisioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data (Singarimbun, 1995). Lokasi ditentukan dengan cara *purposive sampling* atau pengambilan secara sengaja. Di Kabupaten Semarang terdapat 34 pasar yang tergolong menjadi tiga kelas. Kelas satu terdiri dari 5 pasar, kelas dua 12 pasar dan kelas tiga 17 pasar. Lokasi yang dipilih adalah pasar kelas satu yaitu Pasar Bandarjo, Pasar Babadan, Pasar Karangjati, Pasar Projo dan Pasar Kembangsari. Pasar kelas pertama dipilih karena kelima pasar tersebut memiliki keunggulan dari segi fasilitas, luas pasar, serta komoditi yang diperdagangkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Teknik ini dikatakan secara kebetulan karena peneliti memang sengaja menjadikan sampel kepada siapapun yang ditemui peneliti atau *by accident* pada tempat, waktu, dan cara yang telah ditentukan (Sukardi, 2003).

Analisis Data

1. Analisis pertama menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis ini merupakan bidang statistik yang membicarakan cara atau metode mengumpulkan, menyederhanakan, dan menyajikan data sehingga bisa memberikan informasi. Penyusunan tabel, diagram maupun grafik termasuk dalam statistik deskriptif. Persamaan matematika sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{\sum n} \%$$

n : Responden yang memilih cabai rawit
 $\sum n$: Jumlah keseluruhan responden
 $\%$: Persentase

2. Analisis kedua menggunakan tabulasi data yaitu untuk mengetahui cabai apa yang menjadi alternatif pengganti cabai rawit, sebagai gambaran berikut ini:

Jenis Cabai	Responden	Persentase (%)
Besar		
Keriting		
Paprika		

Persamaan matematika :

$$\% = \frac{n}{\sum n} \%$$

n : Responden yang memilih cabai tertentu
 $\sum n$: Jumlah keseluruhan responden
 $\%$: Persentase

3. Analisis selanjutnya yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen memilih cabai rawit di Kabupaten Semarang. Diduga faktor yang mempengaruhi konsumen mengkonsumsi cabai rawit adalah usia, harga cabai, pendapatan, tingkat kesukaan dan jumlah anggota keluarga.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y}_i = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \dots + \mu$$

Dimana:

\hat{Y} = Variabel dependen
 a = Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots$ = Koefisien regresi
 X_1 = Usia (Tahun)
 X_2 = Harga cabai (Rp/kg)
 X_3 = Pendapatan (Rp/bln)
 X_4 = Tingkat kesukaan (Poin)
 X_5 = Jumlah anggota keluarga (Orang)
 μ = *Term of error*

(Suharjo, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Menurut Kelompok Usia

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden, keadaan responden berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada Tabel 2. Usia berhubungan dengan selera akan makanan, pakaian, perabotan dan rekreasi. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya (Setiadi, 2003). Tabel 2 menunjukkan bahwa kelompok usia responden terbanyak di Kabupaten Semarang berkisar antara 20-29

tahun yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase 30% sedangkan kelompok usia terendah antara 60-66 sebanyak 1 orang dengan persentase 2%. Pola konsumsi manusia berkaitan dengan periode hidupnya. Hasil analisis tersebut sesuai dengan teori siklus hidup dimana pada usia 20-50 tahun tergolong ke dalam periode produktif. Periode ini umum berlangsung dari usia sekitar dua puluh tahun. Selama periode ini, tingkat penghasilan meningkat. Awalnya meningkat cepat dan mencapai puncaknya pada usia sekitar lima puluh tahun. Setelah itu tingkat pendapatan disposabel menurun, sampai akhirnya tidak mempunyai penghasilan lagi (Guritno dan Algifari,1998).

Tabel 2. Karakteristik Responden di Kabupaten Semarang Menurut Usia

No	Kelompok Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	20-29	15	30
2	30-39	11	22
3	40-49	11	22
4	50-59	12	24
5	60-66	1	2
Total		50	100

Sumber: Analisis data primer, 2015.

Karakteristik Responden Menurut Jumlah Anggota Keluarga

Tabel 3. Karakteristik Responden di Kabupaten Semarang Menurut Jumlah Anggota Keluarga.

No	Jumlah Anggota Keluarga (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2-3	20	40
2	4-5	24	48
3	6-7	6	12
Jumlah		50	100

Sumber : Analisis data primer, 2015.

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa responden berjumlah anggota keluarga 2 sampai 3 orang adalah 20 orang atau 40% dari total reponden. Jumlah anggota keluarga biasanya menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian cabai rawit terutama banyaknya cabai rawit yang dibeli. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka kemungkinan pengambilan keputusan dipengaruhi oleh anggota keluarga tersebut akan semakin besar sehingga karakteristik responden ini perlu diperhatikan agar mengetahui proses pengambilan keputusan dalam mengkonsumsi cabai rawit, terutama responden yang membeli cabai rawit di Kabupaten Semarang.

Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Tabel 4. Karakteristik Responden di Kabupaten Semarang Menurut Pendapatan.

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	800.000-1.350.000	30	60
2	1.350.001-1.900.000	16	32
3	1.900.001-2.450.000	2	4
4	2.450.001-3.000.000	2	4
Total		50	100

Sumber : Analisis data primer, 2015.

Pendapatan merupakan indikator daya beli dan mempengaruhi gaya berbelanja konsumen. Berdasarkan Tabel 4 bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan berkisar antara Rp 800.000 sampai Rp 1.350.000 yaitu sebanyak 30 konsumen atau 60 persen. Hal ini cenderung rendah jika dibandingkan dengan upah minimum kabupaten di Kabupaten Semarang pada saat penelitian yaitu Rp 1.419.000,- (BPS Jawa Tengah, 2015). Cabai yang paling disukai di Kabupaten Semarang adalah cabai rawit. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jenis Cabai yang Paling Disukai atau Menjadi Pilihan Konsumen di Kabupaten Semarang.

No	Jenis Cabai	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Cabai rawit	37	74
2	Cabai besar	4	8
3	Cabai keriting	9	18
Jumlah		50	100

Sumber : Analisis data primer, 2015.

Hasilnya menunjukkan cabai yang paling disukai atau menjadi pilihan konsumen di Kabupaten Semarang adalah cabai rawit dengan jumlah 37 orang yaitu 74% dari jumlah responden, kemudian cabai keriting dengan jumlah 9 orang dengan persentase 18%, cabai besar 4 orang dengan persentase 8%. Masyarakat Kabupaten Semarang memilih cabai rawit dengan jumlah lebih banyak karena beberapa alasan, pada Tabel 6. rasa menjadi alasan paling banyak dipilih yaitu 40%, kebiasaan 38%, kesukaan keluarga 14%, serta harga 8%.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, cabai rawit memiliki tingkat kepedasan paling tinggi dibanding cabai keriting dan cabai besar. Meskipun harga cabai rawit mengalami kenaikan antara Rp500-Rp5.000 sebanyak 50 responden akan tetap membeli dengan pertimbangan rasa, kebiasaan, kesukaan keluarga. Sebanyak 46 responden membeli cabai untuk dikonsumsi dan 4 orang responden membeli untuk dijual kembali. Sementara cabai yang menjadi alternatif

pengganti cabai rawit adalah cabai keriting, dimana hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 6. Sebaran Dan Persentase Keputusan Pembelian Berdasarkan Alasan Membeli Cabai Rawit.

No	Alasan membeli	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rasa	20	40
2	Kebiasaan	19	38
3	Kesukaan keluarga	7	14
4	Harga	4	8
Jumlah		50	100

Sumber : Analisis data primer, 2015.

Tabel 7. Alternatif Cabai Pengganti Cabai Rawit.

No	Jenis Cabai	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Cabai besar	6	12
2	Cabai keriting	44	88
3	Cabai paprika	0	0
Jumlah		50	100

Sumber : Analisis data primer, 2015.

Pada Tabel 7 didapat bahwa alternatif pengganti cabai rawit adalah cabai keriting yang mencapai 88% dari jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini. Suatu barang dikatakan sebagai barang substitusi jika barang tersebut dapat menggantikan barang lain. Pada penelitian ini cabai keriting diasumsikan sebagai cabai alternatif pengganti cabai rawit adalah terbukti. Cabai keriting pada dasarnya mempunyai manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan cabai rawit yaitu digunakan sebagai bumbu dapur atau bumbu masakan. Segi rasa cabai keriting memiliki tingkat kepedasan yang hampir sama dengan cabai rawit jika dibandingkan dengan cabai besar ataupun cabai paprika. Berdasarkan pengamatan dari ke lima pasar kelas satu di Kabupaten Semarang ketersediaan cabai keriting masih mudah untuk didapatkan dibandingkan dengan cabai paprika.

Sementara faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang adalah usia, harga cabai, pendapatan, tingkat kesukaan dan jumlah anggota keluarga. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisisioner kemudian dilakukan perhitungan atau pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 20. Berdasarkan Tabel 8, dapat dibuat persamaan regresi berganda untuk faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen memilih cabai rawit di Kabupaten Semarang. Sesuai dengan model persamaan regresi untuk faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen memilih cabai rawit di Kabupaten Semarang adalah:

$$\hat{Y} = 4,164 + 0,002X_1 + 0,000X_2 + 0,0000004314X_3 + 0,700X_4 - 0,026X_5 + \mu$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, diperoleh nilai konstanta sebesar 4,164. Angka tersebut berarti bahwa permintaan cabai rawit akan bernilai 4,164 jika faktor lain sama dengan nol.

Tabel 8. Perhitungan Regresi Berganda Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Konsumen Memilih Cabai Rawit di Kabupaten Semarang.

No	Variabel	Koefisien Regresi	T _{hitung}	Prob. Sig
1.	Konstanta	4,164	2,165	0,036
2.	Usia	0,002	0,310	0,758 ^{ns}
3.	Harga	0,000	-3,267	0,002***
4.	Pendapatan	0,0000004314	2,132	0,039**
5.	Tingkat kesukaan	0,700	5,270	0,000***
6.	Jumlah anggota keluarga	-0,026	-0,476	0,647 ^{ns}
7.	Standar error	0,52878		
8.	R Square	0,719		
9.	Adjusted R Square	0,668		
10.	F _{hitung}	22,571		
11.	F _{tabel 1%}	3,465		
12.	t _{tabel 1%}	2,704		
13.	t _{tabel 5%}	2,021		
14.	<i>Durbin-watson</i>	1,420		

Keterangan: ** signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
 *** signifikan pada tingkat kepercayaan 99% ($\alpha = 0,01$)
 ns tidak signifikan

Sumber : Analisis data primer, 2015.

Uji Statistik

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa variabel usia, harga, pendapatan, tingkat kesukaan, jumlah anggota keluarga dapat menjelaskan konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Berdasarkan Tabel 9 nilai koefisien determinasi dari persamaan regresi adalah sebesar 0,719 yang berarti 71,9 persen variasi atau faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian cabai rawit dijelaskan oleh variasi usia, harga, pendapatan, tingkat kesukaan dan jumlah anggota keluarga.

Tabel 9. Hasil R Square Pada Model Regresi Konsumsi Cabai Rawit

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,719	,688	,52878

Sumber: Analisis Data Primer, 2015.

b. Uji F

Pengujian terhadap variabel-variabel pada data penelitian secara simultan atau serempak dilakukan dengan uji F (F-test). Dengan taraf nyata (α) 1% atau tingkat keyakinan 99% derajat kebebasan, nilai F_{tabel} diperoleh pada tabel F dengan df_1 sebesar 5 dan df_2 sebesar 44 yaitu 3,465.

Tabel 10. Hasil Uji F pada Model Regresi

Change Statistics					Durbin-Watson
R Square Change	F Change	df_1	df_2	Sig. F Change	
,719	22,571	5	44	,000	1,420

Sumber: Analisis Data Primer, 2015.

Berdasarkan Tabel 10. $F_{\text{hitung}} (22,571) > F_{\text{tabel}} (3,465)$ dan nilai Sig (0,000) lebih kecil dari alpha (0,01), maka kesimpulan yang bisa diambil adalah menerima H_0 . Hal ini berarti usia, harga, pendapatan, tingkat kesukaan dan jumlah anggota keluarga secara serempak atau simultan berpengaruh sangat nyata terhadap keputusan konsumen memilih cabai rawit di Kabupaten Semarang.

c. Uji t

Hasil pengujian parameter secara individu atau parsial (uji t) seperti yang terlihat pada Tabel 11. menunjukkan bahwa :

1. Koefisien Regresi

Hasil analisis koefisien regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 4,164 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,165 dan nilai sig sebesar 0,036. Nilai t_{tabel} pada uji ini adalah sebesar 2,021 yang diperoleh dengan alpha sebesar 5% dan df sebesar 49 ($n-1$). Perbandingan t_{hitung} koefisien konstanta dengan t_{tabel} , terlihat bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya bahwa H_0 ditolak dan koefisien konstanta berpengaruh positif secara statistik.

2. Usia

Hasil regresi diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel usia sebesar 0,002 dan nilai sig sebesar 0,758. Nilai $t_{\text{hitung}} 0,310 < t_{\text{tabel}} 2,021$ maka H_0 diterima sehingga usia berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Pada penelitian ini usia responden terbanyak di Kabupaten Semarang berkisar antara 20-29 tahun yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase 30%.

Variabel usia berpengaruh tidak nyata terhadap konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Cabai rawit merupakan komoditi sayuran yang sangat digemari oleh hampir semua kalangan terkecuali anak-anak, rasanya yang pedas menjadi ciri khas dari komoditi ini.

3. Harga Cabai Rawit

Variabel harga cabai didapat t_{hitung} sebesar $(-3,267) > t_{\text{tabel}}$ dengan tingkat kepercayaan 99% sebesar 2,704 serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α ($0,002 < 0,01$), signifikan pada taraf $\alpha = 1\%$ hal ini dapat dikatakan H_0 ditolak dan koefisien harga cabai rawit signifikan secara statistik

terbukti kebenarannya dan dapat diterima, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh sangat nyata terhadap konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Koefisien regresi didapat 0,000 yang artinya apabila ada kenaikan harga dari cabai rawit konsumen akan tetap membeli meskipun tidak diketahui kenaikan atau penurunan jumlah pembeliannya.

Tabel 11. Hasil Uji t pada Model Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4,164	1,924		2,165	,036
Usia	,002	,008	,032	,310	,758ns
Harga	,000	,000	-,296	-3,267	,002***
Pendapatan	0,000004314	,000	,212	2,132	,039**
T. kesukaan	,700	,133	,556	5,270	,000***
J.A.K	-,026	,057	-,039	-,461	,647ns

Keterangan: ** signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
 *** signifikan pada tingkat kepercayaan 99% ($\alpha = 0,01$)
 Ns tidak signifikan

Sumber: Analisis Data Primer, 2015.

4. Pendapatan

Variabel yaitu pendapatan t_{hitung} 2,132 lebih besar dari t_{tabel} 2,021 pada tingkat kepercayaan 95%, serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari α ($0,039 < 0,05$), signifikan pada taraf $\alpha = 5\%$. Artinya H_0 ditolak dan koefisien pendapatan signifikan secara statistik terbukti kebenarannya dan dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Pendapatan yang lebih rendah berarti bahwa secara total hanya ada uang sedikit untuk dibelanjakan, sehingga masyarakat akan membelanjakan lebih sedikit untuk beberapa dan mungkin pula terhadap sebagian besar barang (Setiadi, 2003).

5. Tingkat kesukaan

Pada tingkat kepercayaan 99% didapat t_{tabel} sebesar 2,704. Variabel keempat yaitu tingkat kesukaan t_{hitung} bernilai 5,027 lebih besar dari t_{tabel} serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari α ($0,000 < 0,01$), signifikan pada taraf $\alpha = 1\%$. Artinya, H_0 ditolak dan koefisien pendapatan signifikan secara

statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh nyata antara tingkat kesukaan dengan jumlah pembelian cabai rawit terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

6. Jumlah anggota keluarga

Hasil regresi diperoleh t_{hitung} untuk variabel jumlah anggota keluarga sebesar 0,476 dan signifikansi sebesar 0,647. Nilai $t_{hitung} (-0,476) < t_{tabel} (2,021)$ maka H_0 diterima. Hasil tersebut berarti jumlah anggota keluarga tidak signifikan atau berpengaruh tidak nyata terhadap konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Sedikit banyaknya jumlah anggota keluarga tidak begitu mempengaruhi konsumsi cabai rawit karena jumlah anggota keluarga yang banyak belum tentu mengkonsumsi banyak cabai dikarenakan dalam satu keluarga belum tentu menyukai rasa pedas.

KESIMPULAN

1. Cabai yang paling disukai atau menjadi pilihan konsumen di Kabupaten Semarang adalah cabai rawit dengan jumlah 37 orang atau 74% dari total responden.
2. Cabai pengganti cabai rawit adalah cabai keriting yang mencapai 88% dari jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini. Suatu barang dikatakan sebagai barang substitusi jika barang tersebut dapat menggantikan barang lain.
3. Besarnya pengaruh lima variabel terhadap konsumsi cabai rawit ditunjukkan dengan $R^2 = 0,719$ yang berarti bahwa konsumsi cabai rawit dipengaruhi oleh usia, harga, pendapatan, tingkat kesukaan dan jumlah anggota keluarga sebesar 71,9 persen dan sisanya sebesar 28,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Pengujian secara simultan pada taraf nyata (α) = 1% diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa usia, harga, pendapatan, tingkat kesukaan dan jumlah anggota keluarga secara simultan berpengaruh sangat nyata terhadap konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang. Secara parsial variabel pendapatan berpengaruh nyata ($p = 0,039$) sedangkan harga ($p = 0,002$) dan tingkat kesukaan ($p = 0,000$) berpengaruh sangat nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Arya R.Y. 2015. *Naik Rp 5.000, Penjualan Cabai Tak Terpengaruh*. Suaramerdeka.com. <http://berita.suaramerdeka.com/naik-rp-5000-penjualan-cabai-tak-terpengaruh>. Diakses pada 1 Februari 2015.
- BPS. 2014. *Kabupaten Semarang Dalam Angka Tahun 2014*. Kabupaten Semarang : Badan Pusat Statistik (BPS).
- BPS. 2015. *Kabupaten Semarang Dalam Angka Tahun 2015*. Kabupaten Semarang : Badan Pusat Statistik (BPS).
- Mangkoesebroto, Guritno dan Algifari. 1998. *Teori Ekonomi Makro*. Yogyakarta. STIE YKPN.

- Purwono dan Tim Lentera. 2006. *Bertanam Cabai Rawit dalam Pot*. Cetakan ke-1 (Jakarta: Agromedia Pustaka).
- Setiadi, Nugroho, J. 2003. *Perilaku Konsumen dalam Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian dan Pemasaran*. Jakarta: Perdana Media.
- Singarimbun, M dan Effendi S. 1995. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Suharjo, B. 2008. *Analisis Regresi Terapan dengan SPSS*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukardi. 2003. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Surakhmad, W. 1994. "*Metode Ilmiah Penelitian, Metode, dan Teknik Penelitian*". Tarsito, Bandung.