

**PENGARUH SELERA KONSUMEN, PERMINTAAN BARANG,
DISTRIBUSI, DAN RISIKO PERJALANAN TERHADAP HARGA CABAI
DIPASAR INDUK JAKABARING PALEMBANG**



**Oleh:
Mochammad Satrya Wijaya
NIM: 14190172**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi
(S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH
PALEMBANG
2018**



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telp. 0711 353276, Palembang 30126

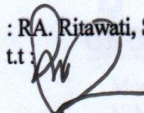
Formulir E.4

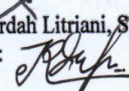
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

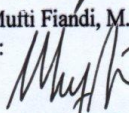
Nama : Mochammad Satrya Wijaya
NIM/Jurusan : 14190172/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang

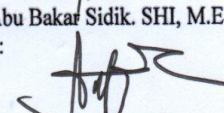
Telah diterima dalam ujian munaqosyah pada tanggal 29 November 2018

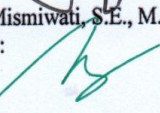
PANITIA UJIAN SKRIPSI

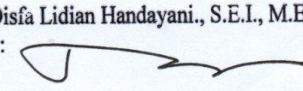
Tanggal Pembimbing Utama : RA. Ritawati, S.E., M.H.I., M.Si
t.t : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Erdah Litriani, SE., M.Ec., Dev
t.t : 

Tanggal Penguji Utama : Mufti Fiandi, M.Ag
t.t : 

Tanggal Penguji Kedua : Abu Bakar Sidik. SHI, M.E. Sy
t.t : 

Tanggal Ketua : Mismiwati, S.E., M.P
t.t : 

Tanggal Sekretaris : Disfa Lidian Handayani., S.E.I., M.E.I
t.t : 

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Satrya Wijaya
NIM : 14190172
Jenjang : S1 Ekonomi Syariah

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Desember 2018

Saya yang menyatakan,



Mochammad Satrya Wijaya
NIM: 14190172



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telp. 0711 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang,
Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai
di Pasar Induk Jakabaring Palembang
Ditulis oleh : Mochammad Satrya Wijaya
NIM : 14190172

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, Desember 2018

Dekan,

Dr. Qodariah Barkah, M.H.I
NIP: 197011261997032002



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C

Hal : Nota Dinas

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah
Palembang

Assalamua'alaikum Wr.Wb.

Disampaikan dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi Berjudul :

Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang

Ditulis Oleh : Mochammad Satrya Wijaya

NIM : 14190172

Program : S1 Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, 30 Oktober 2018

Pembimbing Utama,

RA. Ritawati, SE., M.HI., M.Si

NIP. 197206172007102004

Pembimbing Kedua,

Erdah Litriani, SE., M.Ec., Dev

NIK. 150620121482

ABSTRAK

Cabai termasuk kebutuhan pokok yang sangat penting bagi masyarakat. Cabai juga merupakan salah satu bahan pokok yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Karena itu, kebutuhan cabai akan berdampak dari segi perekonomian rumah tangga, industri dan usaha kecil. Dimana kebutuhan cabai (*Capsicum annum L*) terus meningkat setiap tahun sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Palembang pada tahun 2016, jumlah penduduk Kota Palembang berkisar 1.602.071 jiwa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring Palembang. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *purposive sampling* (sampel bertujuan) dengan menetapkan beberapa batasan atau kriteria tertentu yang mencerminkan harga. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji korelasi, koefisien determinasi, uji F dan uji T).

Hasil penelitian menunjukkan semua variabel bebas, yaitu selera konsumen, permintaan barang, dan risiko perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen secara parsial dan distribusi berpengaruh negatif terhadap harga secara parsial. Hasil penelitian juga menunjukkan variabel selera konsumen, permintaan barang, dan risiko perjalanan berpengaruh signifikan terhadap harga secara simultan dan distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap harga secara simultan.

Kata Kunci: Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, Risiko Perjalanan, Harga

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Kesabaran itu dapat menolong segala pekerjaan”

(H.R Tabrani)

“ Ilmu itu didapat dengan lidah yang gemar bertanya dan akal yang suka berfikir”

(Abdullah Bin Abbas)

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

- Papa dan mama tercinta yang tiada henti memberikan do'a, motivasi, bimbingan, cinta, dan kasih sayangnya
- Saudaraku Denny Maulana, Desy Maulinda, dan M.Trianto Wibowo yang memberikan nasehat dan pengalamannya selama ini.
- Untuk keponakanku tersayang Andien, Bagus, Dzikra, Chika, dan Faris yang menghibur dan melepas lelah di saat mengerjakan skripsi.
- Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan yaitu Imam Al- Haddy, Ita Hardianti, Imannudin yang telah mengajarkan dan memberi masukan mengenai skripsi.
- Teman Teman-teman seperjuangan khususnya Kelas Eki 4 Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2014 yang selalu bersama selama proses perkuliahan serta memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini
- Almamater yang ku banggakan

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	Sla>'	Sl	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
ح	H}a>'	H{	h dengan titik di atasnya
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Zla>'	Zl	z dengann titik di atasnya
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik di bawahnya
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawahnya
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawahnya
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atasnya
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
ه	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda Syad | d | ah, ditulis lengkap احمدية :
ditulis Ah}madiyyah

C. Ta>’ Marbu>t}ah *di akhir Kata*

1. Biladimatikanditulis h, kecualiuntuk kata-kata Arab yang sudahterserapmenjadibahasa Indonesia.

خماعة : ditulisjamaā’ah

2. Biladihidupkankarenaberangkaidengan kata lain, ditulis t.

نحمة الله : ditulisni’matullāh

زكاة الفطر : dituliszakātul – fit{ri

D. Vokal Pendek

Fathahditulis a, kasrahditulis I, dandammahditulis u.

E. Vokal Panjang

1. aditulis a >, ipanjangditulisi>dan u panjangditulis u>, masing-masingdengantanda (◌) di atasnya.

2. Fathah + ya>’ tanpaduatitik yang dimatikanditulisai, danfathah + wa>uwditulis au.

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

أنتم :ditulisa’antum

موتث : ditulismu’annas |

G. Kata SandangAlief +La>m

1. BiladiikutihurufQamariyyahditulis al-

القرآن : ditulis al-Qur’an

2. Biladiikutihurufsyamsiyyah, hurufidigantidenganhurufsyamsiyah yang mengikutinya

الشيحة : ditulisasy-syī’ah

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

I. Kata dalam Rangkaian Frasa dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

شيخ الاسلام : ditulissyaikh al-Islām atau syaikhul – Islām

J. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dilakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata ijmak, nas, dll.), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanallah wa ta'ala* dengan limpahan karunia dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan program studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Sholawat beriring salam penulis haturkan kepada suri tauladan bagi seluruh umat manusia Nabi Muhammad *Sholallahu'alaihi wassallam*, beserta para keluarga dan sahabat serta para pengikutnya hingga yaumul akhir.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orangtua tercinta, papa dan mama serta kepada saudara-saudariku yang merupakan sumber inspirasi yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, semangat, nasihat serta doa yang tulus, ikhlas, yang tiada henti diucapkan untuk penulis.

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan sebagai peneliti, yang tidak akan berhasil menyelesaikan skripsi tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Karenanya, pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Qodariah Barkah M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Titin Hartini, S.E, M.Si selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

3. Ibu Mismiwati, S.E., M.P selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah dan Ketua Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. RA. Ritawati, SE., M.H.I.,M.Si sebagai dosen pembimbing utama penulis yang telah banyak meluangkan waktu memberikan arahan, semangat, dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
5. Erdah Litriani, SE., M.Ec.,Dev sebagai dosen pembimbing kedua penulis yang telah banyak meluangkan waktu memberikan arahan, semangat, dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
6. Mufti Fiandi, M.Ag sebagai dosen pembimbing akademik dan penguji utama Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang..
7. Abu Bakar Sidik, S.H.I. M.E.Sy sebagai penguji kedua Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang..
8. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah banyak berperan dalam menyumbangkan ilmu, wawasan, dan pengetahuan kepada penulis.
9. Segenap pimpinan *PT. Swanadipa Adi Guna* Palembang beserta para karyawannya dan Pedagang di Pasar Induk Jakabaing Palembang yang telah memberikan waktu serta kemudahan bagi penulis untuk melakukan penelitian.

10. Pegawai perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, Rofiqo, S.Hum dan Menik Lestari, S.E.I yang telah memberikan saran, motivasi, dan buku referensi yang bermanfaat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

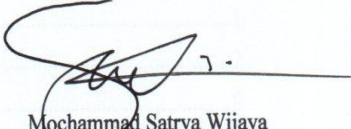
11. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Defry, Imam Al-Haddy, Nurbaya, dan Iis Fathonah. Terima kasih banyak atas semangat dan kerjasamanya.

12. Keluarga besar Ekonomi Islam 4 (2014) yang telah menjadi bagian penting selama masa kuliah penulis.

Penulis menyadari di dalam skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi sempurnanya skripsi ini. Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis memanjatkan do'a agar Allah senantiasa memberikan balasan atas kebaikan yang telah mereka berikan. Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Palembang, Desember 2018
Penulis



Mochammad Satrya Wijaya
NIM: 14190172

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kontribusi Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	11
1. Selera Konsumen.....	11
2. Permintaan Barang	15

3. Distribusi	20
4. Risiko Perjalanan.....	23
5. Harga	26
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh Selera Konsumen Terhadap Harga.....	33
2. Pengaruh Permintaan Barang Terhadap Harga	34
3. Pengaruh Distribusi Terhadap Harga	34
4. Pengaruh Risiko Perjalanan Terhadap Harga.....	35
D. Kerangka Berpikir.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
1. <i>Setting</i> Penelitian.....	37
2. Desain Penelitian.....	37
B. Jenis dan Sumber Data.....	38
1. Jenis Data	38
2. Sumber Data.....	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi	38
2. Sampel.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1. Kuesioner	40
E. Variabel-variabel Penelitian.....	41
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	41
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	41
F. Definisi Operasional Variabel.....	42
G. Instrumen Penelitian	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas.....	43

H. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Linieritas.....	47
c. Uji Multikolinieritas	47
d. Uji Heteroskedastisitas	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda	49
3. Uji Hipotesis.....	50
a. Uji r (Korelasi)	50
b. Koefisien Determinasi (R^2)	51
c. Uji F (Simultan).....	52
d. Uji T (Parsial).....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Pasar Induk Jakabaring Palembang.....	53
B. Karakteristik Responden.....	54
1. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
2. Klasifikasi Berdasarkan Usia	55
3. Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	55
C. Deskripsi Data Penelitian.....	57
D. Uji Instrumen Penelitian	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas.....	66
E. Hasil Analisis Data.....	67
1. Uji Asumsi Klasik	67
a. Uji Normalitas	67
b. Uji Linieritas.....	70
c. Uji Multikolinieritas	72
d. Uji Heteroskedastisitas	73
2. Analisis Regresi Linier Berganda	74

3. Uji Hipotesis.....	77
a. Uji r (Korelasi)	77
b. Koefisien Determinasi (R^2)	79
c. Uji F (Simultan).....	80
d. Uji T (Parsial).....	81
F. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Pengaruh Selera Konsumen Terhadap Harga.....	83
2. Pengaruh Permintaan Barang Terhadap Harga	84
3. Pengaruh Distribusi Terhadap Harga	86
4. Pengaruh Risiko Perjalanan Terhadap Harga.....	87

BAB IV PENUTUP

A. Simpulan	90
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA	93
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	97
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 :Tanggapan Responden Mengenai Selera Konsumen.....	57
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Mengenai Permintaan Barang	58
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Mengenai Distribusi	59
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Mengenai Risiko Perjalanan.....	60
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Mengenai Harga	61
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas Selera Konsumen	62
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Permintaan Barang.....	63
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas Distribusi.....	64
Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas Risiko Perjalanan	65
Tabel 4.13 : Hasil Uji Validitas Harga.....	66
Tabel 4.14 : Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.15 : Hasil Uji Normalitas (<i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>)..	69
Tabel 4.16 : Hasil Uji Linieritas Harga dan Selera Konsumen.....	70
Tabel 4.17 : Hasil Uji Linieritas Harga dan Permintaan Barang	70
Tabel 4.18 : Hasil Uji Linieritas Harga dan Distribusi	71
Tabel 4.19 : Hasil Uji Linieritas Harga dan Risiko Perjalanan.....	71
Tabel 4.20 : Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.20 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	73

Tabel 4.21 : Hasil Analisis Regresi.....	74
Tabel 4.22 : Hasil Uji Korelasi	77
Tabel 4.23 : Koefisien Determinasi (R^2).....	79
Tabel 4.24 : Hasil Uji F (Simultan).....	80
Tabel 4.25 : Hasil Uji T (Parsial).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kurva Permintaan.....	17
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 : Grafik Histogram dan Garis Diagonal.....	69
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatter Plot</i>).....	82

/

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cabai merah merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting bagi masyarakat. Karena memiliki harga jual yang tinggi dan bermanfaat bagi kesehatan. Salah satunya berfungsi dalam mengendalikan kanker karena mengandung *lasparaginase* dan *capcaicin*. Kandungan vitamin C yang cukup tinggi pada cabai merah dapat memenuhi kebutuhan harian setiap orang, namun harus dikonsumsi secukupnya untuk menghindari nyeri lambung. Selain itu sebagai bumbu masakan, buah cabai juga digunakan sebagai bahan campuran industri makanan dan peternakan.¹ Selain itu, juga digunakan untuk pembuatan obat-obatan dan kosmetik.²

Kebutuhan cabai akan berdampak dari segi perekonomian rumah tangga, industri dan usaha kecil. Dimana kebutuhan cabai (*Capsicum annum L*) terus meningkat setiap tahun sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk,

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Palembang pada tahun 2016, jumlah penduduk Kota Palembang berkisar 1.602.071 jiwa.³ Dengan jumlah penduduk yang terbilang banyak, dapat dipastikan tingkat kebutuhan cabai dari masyarakat tergolong tinggi .

¹ Prajnanta, Final. 2001. *Agribisnis Cabai Hibrida*, Penebar Swadana. Jakarta

²<http://www.Tasikmalayakab.co.id>. “*cabai merah*” (Diakses 12 Juli 2018) Jam 11.00.

³ Badan Pusat Statistik Kota Palembang, “Jumlah Penduduk Kota Palembang 2010-2016”, <https://palembangkota.bps.go.id>. (diakses, 12 Juli 2018). Jam 09.00.

Kebutuhan akan cabai terus meningkat sejalan dengan meningkatnya permintaan masyarakat, Balai Penelitian Sayuran melaporkan, prediksi kebutuhan dalam negeri akan cabai merah sebesar 720.000-840.000 ton/ha, sedangkan produksi nasional dengan luas panen 126.790 ha sebanyak 1.061.428 ton/ha. Produksi tanaman cabai merah sudah dapat mencukupi kebutuhan tahunan, namun fluktuasi sepanjang tahun menyebabkan terjadinya lonjakan harga yang berimbas pada inflasi.⁴

Produksi cabai merah di wilayah Sumatera Selatan menurut data Badan Pusat Statistik Sumatera selatan pada tahun 2015 yaitu 13,44ton dengan luas panen 6146 hadan kebutuhan cabai di di Sumatera Selatan menurut Dinas Perdagangan Sumatera Selatan yaitu 25 ton/ hari akan tetapi Sumsel hanya bisa memenuhi pasokan 10 ton/hari sisanya dipasok dari Jawa Barat dan Surabaya. Hasil panen memang sudah maksimal tetapi masih saja banyak yang mengeluhkan dengan naiknya harga cabai di pasar. Kenaikan harga cabai merah ini disebabkan tingginya curah hujan di kawasan pemasok. Karena pemasok cabai merah mengalami gagal panen akibat curah hujan yang tinggi sepanjang bulan februari dan Faktor panjangnya rantai pasokan juga berkontribusi pada naiknya harga cabai di pasaran.

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, perlu adanya solusi untuk meningkatkan produksi dan distribusi cabai merah ke masyarakat. Dalam mengatasi tersebut Kementan melakukan kampanye tanam cabai di rumah yaitu mendorong masyarakat untuk menanam cabai dirumah sendiri.

⁴ [http://Farming.id.com/2015/09/11/Badan Pusat Statistik Jenderal Hortikultural](http://Farming.id.com/2015/09/11/Badan_Pusat_Statistik_Jenderal_Hortikultural). (diakses pada05 Juni 2018. Jam 10.00

Kementan membagikan 280.000 *Polybag* berisi tanaman cabai merah ke masyarakat yang didistribusikan lewat kelurahan yang ada di Indonesia.⁵

Salah satu sentra penjualan cabai terbesar di Kota Palembang yaitu Pasar Induk Jakabaring, merupakan tempat pusat penjualan bahan pangan yang akan di distribusikan ke pasar-pasar di Sumatera Selatan khususnya dan di luar Sumatera Selatan umumnya. Pasar induk jakabaring dikelola oleh PT Swarnadwipa Selaras Adiguna yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Selatan pada tanggal 28 Juli 2004.

Kehidupan di Pasar Induk Jakabaring dimulai pada pukul 22.00 malam sampai jam 05.00 pagi. Jumlah pengepul (tengkulak) cabai di Pasar Induk Jakabaring berjumlah dua belas tengkulak yang mendapat pasokan dari petani yang berada di Kota/Kabupaten di Sumatera Selatan

Sehubungan dengan pembahasan tersebut, Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa harga merupakan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk/ jasa. Lebih luas lagi, harga merupakan jumlah seluruh nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk/ jasa.⁶

Harga juga dapat dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang membuat konsumen semakin sensitif terhadap jumlah produksi. Konsumen cenderung

⁵ www. Detik.com. “ Masalah klasik harga cabai “ (diakses 2 Desember 2018) jam ; 09.00.

⁶Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345

akan mencari produk/ jasa yang memberikan harga relatif rendah dibanding produk/ jasa sejenis.⁷

Peningkatan jumlah komoditi cabai memberikan sesuatu dampak yang positif bagi konsumen antara lain minat atau selera masyarakat terhadap cabai sangat tinggi. Termasuk selera konsumen adalah kesan yang diperoleh konsumen terhadap suatu barang atau jasa terpenuhi dengan baik maka mereka akan merasa puas. Dalam selera konsumen memiliki karakteristik yang dianggap lebih penting untuk produk yang dikonsumsi masyarakat diantaranya kesegaran produk, rasa, kebersihan, nilai kesehatan, dan tidak menggunakan pestisida.⁸ Sikap konsumen terhadap suatu produk berarti mempelajari kecenderungan konsumen dalam mengevaluasi produk, baik itu yang disenangi ataupun yang tidak disenangi secara konsisten. Untuk mengetahui dan memahami apa yang dibutuhkan konsumen, maka pelaku usaha harus senantiasa melakukan monitoring terhadap perkembangan lingkungan pasar yang senantiasa berubah setiap saat sejalan dengan tuntutan kebutuhan dan keinginan konsumen cabai merah, dalam mengetahui dan memahami apa yang dibutuhkan, diinginkan konsumen, maka pelaku usaha harus senantiasa *memonitoring* terhadap perkembangan lingkungan pasar yang senantiasa berubah setiap saat sejalan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka pelaku usaha perlu mempelajari dengan cermat tentang konsumen dan perilakunya.

⁷ Yayasan Sembada Swakarya, *Informasi dan Peluang Bisnis SWA Sembada*, (Jakarta: Penerbit Yayasan Sembada Swakarya, 2006), hlm. 38

⁸Adioya, W. Jurnal tentang “*faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen unruk membeli kentang, bawang merah, dan cabai merah*”. J.Hort. Vol. 2 no.3, tahun 2011

Selera konsumen memiliki keterkaitan dengan permintaan barang. permintaan terhadap cabai merah akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Pasar domestik maupun internasional terhadap komoditas cabai merah dimasa yang akan datang tidak hanya bersumber dari peningkatan jumlah penduduk dan tingkat pendapatan tetapi juga konsumsi perkapita. Peningkatan kebutuhan atau permintaan akan cabai berdasarkan data Kepala Sub Bidang Hortikultura, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan mengatakan luas panen cabai setahun sekitar 6146 hektar. Hasil Produksi cabai ke Pasar induk Jakabaring mencapai 25 ton perhari.⁹

Demi meningkatkan jumlah produksi cabai di Sumatera Selatan dapat ditempuh dua cara antara lain dengan *intensifikasi* dan *ekstensifikasi*. *Intensifikasi* adalah mengoptimalkan semua faktor produksi yang mempengaruhi produktifitas cabai tanpa perluasan lahan meliputi pengolahan lahan, penggunaan bibit unggul, pengairan, pemberantasan hama, dan penyakit serta pemupukan yang seimbang. *Ekstensifikasi* adalah peningkatan jumlah produksi dengan cara perluasan area tanam.¹⁰

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan mencatat Jumlah Produksi cabai merah tahun 2012 sebanyak 17,86 ton. Peningkatan tertinggi produksi cabai merah tahun 2012 tersebut terjadi di Kabupaten

⁹<http://ekonomi.kompas.com/13/05/2018>. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan. (Di akses 12 Juli 2018) . jam 14.00

¹⁰ Siti Hardiyanti, dkk. Jurnal Tentang “ *Efisiensi Produksi dan Pendapatan Usaha tani Cabai Merah Di Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur*”. JIIA, Vo. 2. No.2, April 2014

Banyuasin sebesar 4,39 ton. Pada periode 2010-2012 produksi cabai merah tertinggi di Sumatera Selatan terjadi pada tahun 2010 sebesar 24,24 ribu ton dan produksi terendah pada tahun 2011 hanya 14,14 ribu ton. Kebutuhan cabai di Sumatera Selatan yaitu 25 ton/hari¹¹

Begitu pun dengan distribusi, suatu kegiatan yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Margin pemasaran timbul karena adanya pelaku dalam tata niaga sebuah komoditi/barang yang mengambil keuntungan atas biaya yang dikeluarkan karena proses mengumpulkan atau menyalurkan komoditi/barang.

Pada dasarnya distribusi cabai merah mencakup perpindahan 2 hal antara lain aliran fisik barang dan aliran kegiatan transaksi. Aliran fisik termasuk komoditi cabai sedangkan Aliran transaksi termasuk rangkaian kegiatan transaksi mulai dari petani sampai ke konsumen. Mengalirnya komoditi cabai merah dari petani ke konsumen dilakukan dengan menggunakan peralatan pengangkutan transportasi dan fasilitas pergudangan. Untuk membantu kelancaran arus kegiatan transaksi dan arus barang, maka dibutuhkan pelayanan dari perseorangan yang disebut tengkulak untuk mendistribusikannya. Para pedagang pasar lain akan mengambil cabai dari tengkulak untuk dipasarkan kepada konsumen.¹²

Dalam melaksanakan distribusi ada kendala-kendala yang harus dihadapi yaitu Risiko perjalanan. Risiko perjalanan adalah suatu kondisi ketidakpastian dalam perjalanan pengiriman barang yang sudah

¹¹<http://sumsel.bps.go.id/14/10.2017/>. *out put tabel dinamis*. (diakses 05 juni 2018)
Jam 08.30.

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (PT. Raja Grafindo Persada) Jakarta : hal 18.

direncanakan. Didalam risiko perjalanan para distributor harus memperhatikan kendala atau risiko. Antara lain risiko produk, cabai merah yang dimiliki mudah sekali mengalami pembusukan. risiko transportasi, pelaku usaha harus memperhatikan kondisi kendaraan saat mendistribusikan barang apakah kondisinya baik atau kurang baik agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

Faktor lain yang bisa mempengaruhi harga cabai merah adalah curah hujan yang tinggi, bila tanaman cabai merah terkena hujan akibatnya gagal panen cabai merah karena proses pembusukan.

Dengan meningkatkan pengawasan dan produksi cabai merah di Sumatera Selatan Pemerintah khususnya Dinas Pertanian, Dinas Pangan dan Dinas Perdagangan harus bersatu bersinergi dalam menuntaskan masalah harga cabai yang menjadi *problem* dari tahun ketahun.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan. Maka penulis mengambil judul penelitian tentang **Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang.**

B. Batasan Masalah

Adapun dalam penelitian ini yaitu meneliti harga cabai merah di Pasar Induk Jakabaring Palembang :

1. Penelitian ini hanya berkaitan dengan Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang.
2. Pengamatan dan penelitian ini terbatas pada pedagang dan konsumen cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang

C. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas permasalahan yang akan diteliti, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh selera konsumen terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring palembang ?
2. Bagaimana pengaruh permintaan barang terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring ?
3. Bagaimana pengaruh distribusi terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring ?
4. Bagaimana pengaruh risiko perjalanan terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring ?
5. Bagaimana pengaruh selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring ?

D. Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh selera konsumen terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring palembang ?

2. Untuk mengetahui pengaruh permintaan barang terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring palembang ?
3. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring palembang ?
4. Untuk mengetahui pengaruh risiko perjalanan terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring palembang ?
5. Untuk mengetahui pengaruh selera konsumen, permintaan barang , j, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring ?

E. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dari Penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk mengaplikasi pengetahuan yang diperoleh diperkuliahan pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, serta menerapkan wawasan yang sesuai dengan konsep ekonomi islam mengenai harga yang bisa dilakukan oleh produsen dalam jual beli, baik transaksi akad yang lainnya.

2. Bagi Penjual

Hasil Penelitian diharapkan dapat menjadi :

- a. Bahan masukan bagi penjual untuk menggunakan sistem harga cabai yang sesuai dengan perekonomian masyarakat.

b. Bahan Pertimbangan bagi penjual dalam menerapkan harga cabai sesuai konsep ekonomi islam.

3. Bagi Almamater

Dapat menambah bahan pustaka dan ilmu pengetahuan sebagai bahan kajian untuk penelitian- penelitian yang serupa dimasa akan datang.

4. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya, dan sumber informasi untuk pihak – pihak yang berkepentingan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A . Selera Konsumen

a. Pengertian Selera Konsumen

Menurut Shiffman dan Kanuk selera adalah suatu yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengabaikan produk, atau ide yang diharapkan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk yang ditawarkan.¹³

Hanselman (Latmawati), Selera adalah kesan yang diperoleh konsumen saat merasakan produk atau jasa yang diberikan pedagang.¹⁴

James F et al adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.¹⁵

Dari defini diatas dapat disimpulkan selera konsumen adalah suatu yang diperhatikan konsumen dalam mencari, mendapatkan, membeli, menggunakan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk yang dibutuhkan dengan menghasilkan kesan/ hal disukai saat merasakan produk.

¹³Shiffman, Leon G, dan Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior, Fifth edition, Prentice- Hall Inc. New Jersey*.Hlm. 67

¹⁴Latmawati, Yulna Dewita Hia, dan Rika Verawati .” Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen Terhadap Pembelian ulang beras sipulau di Kerojongn 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”. Jurnal Wiga Vol. 4 maret 2014.

¹⁵ James F. Engel (1994). *Pengertian Perilaku Konsumen*, dalam bukuperilaku konsumen, Edisi 6 : jilid1. Penerbit Binarupa Aksara.

b. Indikator Selera Konsumen

Menurut Hanselman, Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kesan Konsumen

Kesan konsumen merupakan suatu persepsi yang memiliki rangsangan – rangsangan diterima menjadi suatu gambaran yang bernilai bagi seseorang.

2. Nilai Guna Produk

Nilai guna produk merupakan kegiatan produksi yang memiliki guna bentuk, jasa, tempat, waktu dan milik untuk dikelola menjadi suatu produk yang bernilai.

3. Bentuk Setiap Produk

Bentuk setiap produk merupakan suatu rancangan tempat atau kemasan produk yang menjadi daya tarik konsumen dalam menentukan produk yang ingin dibeli.¹⁶

c. Selera Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Imam Syatibi menggunakan kata *maslahah* dalam perilaku konsumen yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility*. Dalam ekonomi islam selera konsumen bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada ritinitas yang tercermin pada uang yang dibelanjakan. Ajaran agama yang diterapkan

¹⁶Latmawati, Yulna Dewita Hia, dan Rika Verawati. " Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen Terhadap Pembelian ulang beras sipulau di Kerojongn 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening". Jurnal Wiga Vol. 4 maret 2014

dengan baik menghindari kosumen dari sifat *israf*, karena *israf* merupakan sifat boros yang dengan sadar dilakukan untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka.¹⁷

Hery Sudarsono, serang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan :1) manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat, keberlangsungan kehidupan manusia.¹⁸ Sudah diatur oleh Allah SWT dalam surah Al- Waqi'ah ayat 68-69 : “ *pernahkah memperhatikan air yang kamu minum ?” kamulah yang menurunkannya dari awan, atau kamikah yang menurunkannya*”.¹⁹ 2) dalam konsep islam, kebutuhanlah yang membentuk pola konsumsi seorang muslim terdapat dalam surah Ali- Imran ayat 180 : “ *Dan janganlah sekali-kali orang-orang yang kikir dengan apa yang diberikan Allah kepada mereka dari karunianya milik Allah lah warisan (apa yang dilangit dan bumi)*”.²⁰

d. Dua Wujud Konsumen :

1. Personal Konsumen

Konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk penggunaannya sendiri.

¹⁷ Muhammad. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta : BPFE- 2004

¹⁸ Imadudin Yuliadi, *Ekonomi islam sebuah pengantar*, (hal 181-182). Sri Wigati dalam jurnal.” *Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam* “.

¹⁹ Q.S Al- Waqi'ah (56): 68-69

²⁰ Q.S Ali- imran (3) : 180

2. Orgazational Consumer

Konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjalankan organisasi tersebut.²¹

e. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Selera Konsumen :

1. Faktor Kebudayaan

Mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami kultur, sub kultur, dan sosial pembeli, sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan, nilai, persepsi, prefensi dan perilaku seseorang.²²

2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dari faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial. Pemasar harus sangat memahami faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Ada dua kelompok ini dibedakan menjadi kelompok primer dan rujukan. Kelompok primer terjadinya interaksi secara intensif sedangkan kelompok rujukan titik perbandingan atau tatap muka.²³

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

²¹Kotler dan Keller. “ *Manajemen Pemasaran*”. Jilid 1(2009). Hlm 6

²²William J Stanton, “ *Fundamental Of Marketing* “, Ed., Tokyo : Mc- Graw Hill Kogakusha, 1994.

²³William J Stanon. “ *Fundamental Of Marketing*”.(1985 : hlm. 137)

4. Faktor Psikologi

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan yang bersifat bioenik ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan tertentu seperti lapar, haus, dan sebagainya. Sedangkan faktor utama psikologi adalah motivasi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.²⁴

B.Permintaan Barang

1. Pengertian Permintaan Barang.

Menurut Gilarso, dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*), yaitu jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu beli berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, engan anggapan hal-hal lain tetap sama.²⁵

Menurut Salvator permintaan adalah suatu komoditi yang bersedia dibeli individu selama periode waktu tertentu.

Dalam konsep Permintaan, terdapat dua variabel yang berhubungan yaitu jumlah permintaan dan tingkat harga.²⁶Hukum permintaan (*The Law Of Demand*) adalah pada hakikatnya makin harga naik suatu barang maka permintaan barangtersebut \akan menurun. Jumlah barang yang diminta berbanding terbalik dengan tingkat harga barang²⁷

²⁴ Soedono Soekanto, “*IlmuPengantar Ekonomi*”. Edisi 1. (1990). Hlm : 35

²⁵ T. Gilarso. 2007. *Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta

²⁶Ninik Rustanti, *Ekonomi Pangan dan Gizi*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama). Hlm. 3

²⁷Sugiarto.dkk “*teori ekonomi mikro* ”. (Jakarta: PT . Gramdia Pusaka Utama). Hlm. 35

Menurut Daniel, Permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang antara lain adalah harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplementer, jumlah penduduk, dan tingkat pendapatan.²⁸

Teori permintaan konsumen mempostulatkan bahwa jumlah komoditi yang diminta merupakan suatu fungsi dari atau bergantung pada harga komoditi tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditi yang berhubungan (komplementer dan substitusi), dan selera konsumen (Salvatore, 2004). Dalam bentuk fungsi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Q_{dx} = f(P_x, I, P_y, T)$$

Dimana :

Q_{dx} : Kuantitas komoditi X yang diminta oleh individu per periode waktu (tahun, bulan, minggu, hari, atau satuan unit waktu yang lainnya)

P_x : Harga per unit dari komoditi X

I : Pendapatan konsumen

P_y : Harga dari komoditi yang berhubungan (substitusi atau komplementer)

T : Selera konsumen

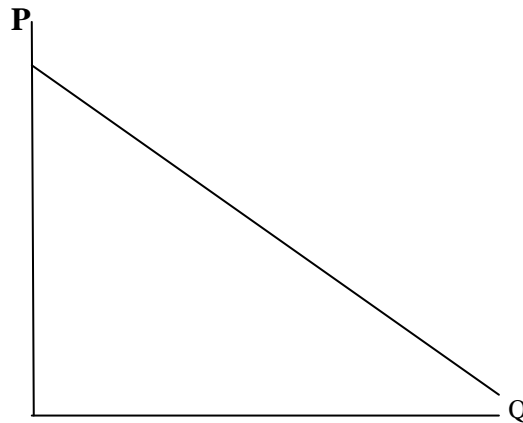
Analisis regresi dapat digunakan untuk penafsiran permintaan karena analisis statistik ini dapat menemukan derajat ketergantungan satu variabel terhadap satu variabel lainnya atau lebih. Regresi dapat digunakan untuk

²⁸ Paulus Kurmiawan dan Made Kembar Sri Budhi. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta : Penerbit Andi. Hal 55

mencari nilai koefisien fungsi permintaan sebab nilai koefisien tersebut menunjukkan pengaruh dari variabel yang menentukan.²⁹

Gambar 2.1

Kurva Permintaan



Sumber :Rahardja P. dan Manurung, M. 2004. Teori Ekonomi Mikro, Ed. 3 (Jakarta: FK.Ekonomi Universitas Indonesia).

Kurva permintaan menunjukkan hubungan antara harga suatu produk dengan kuantitas yang diminta, jika hal-hal lainnya konstan/ceteris paribus. Permintaan ber-slope negatif terhadap harga (hukum permintaan). Dengan kata lain, ketika harga naik permintaan akan turun, dan ketika harga turun permintaan akan naik.³⁰

2. Indikator Permintaan Barang

Menurut Gilarso, Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

²⁹Salim, Abbas. (2000). *ManajemenTransportasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

³⁰Sukirno Sadono. 1985. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi* . Jakarta :Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI dengan Bima Grafika.

a. Nilai Barang Itu Sendiri

Nilai barang itu sendiri adalah kemampuan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan manusia.

b. Tingkat Pendapatan

Suatu hasil yang di dapatkan oleh seseorang setelah melakukan / menyelesaikan pekerjaan.

c. Jumlah Barang

Jumlah barang adalah banyaknya barang yang diminta atau dikirim berdasarkan pesanan yang dibutuhkan konsumen.³¹

3. Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Barang

a. Harga barang itu sendiri

Harga barang akan mempengaruhi jumlah barang yang diminta. Jika harga naik jumlah permintaan barang tersebut akan menurun, sedangkan jika harga menurun maka jumlah permintaan barang akan meningkat.

b. Harga barang substitusi

Harga barang dan jasa pengganti mempengaruhi jumlah barang dan jasa yang diminta. Apabila harga barang substitusi lebih murah maka orang akan beralih pada barang substitusi tersebut, akan tetapi jika harga barang substitusi naik maka orang akan tetap menggunakan barang yang semula.

c. Harga barang komplementer

Barang pelengkap juga dapat mempengaruhi permintaan barang.

³¹Gilarso. 2007. *Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta

d. Jumlah Pendapatan

Besar kecilnya pendapatan diperoleh seseorang turut menentukan besarnya permintaan akan barang dan jasa. Apabila pendapatan yang diperoleh tinggi maka permintaan akan barang dan jasa semakin tinggi. Sebaliknya jika pendapatannya turun, maka kemampuan untuk membeli barang juga menurun.³²

4. Permintaan Barang dalam perspektif Ekonomi Islam

Ibnu Taimiyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *rahbah fi al-sya'*idiartikan sebagai jumlah barang yang diminta, islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, dan kemubadziran.

Konsep permintaan dalam islam menilai suatu komoditi (barang dan jasa) tidak bisa semuanya dikonsumsi maupun digunakan, dibedakan antara halal dan haram. Terdapat dalam surah Al- Maidah ayat 87-88 : “ *Hai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah rezezikikan kepadamu, dan bertaqwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya.*³³

dapat disimpulkan defenisi diatas permintaan barang menurut ekonomi islam adalah jumlah suatu barang yang diminta oleh konsumen dengan membedakan barang yang halal dan haram.

³²Ninik Rustanti, *Ekonomi Pangan dan Gizi*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama). Hlm. 3-5

³³ QS. Al- Maidah : 87-88

C .Distribusi

a. Pengertian Distribusi

Menurut Tjiptono, saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat disalurkan).

Menurut Suhardi Sigit saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan sejak dari produsen hingga ketangan konsumen.³⁴

Menurut Alma Buchari, Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling bergantung untuk memudahkan pemindahan kepemilikan sebagai produk-produk bergerak dari produsen ke pengguna atau pelanggan.³⁵

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah suatu kegiatan pemasaran produk dengan perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang saling bergantung untuk memudahkan pemindahan kepemilikan sebagai produk-produk bergerak dari produsen ke pengguna atau pelanggan.

b. Jenis – jenis Distribusi

Penyaluran hasil produksi, produsen dapat menggunakan beberapa sistem distribusi :

³⁴ Danang Sunyoto., *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. (Yogyakarta : Center Of Academic Publishing Service) . hlm. 180.

³⁵ Buchari Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta. Hal 54

1. Distribusi langsung terjadi apabila produsen menyalurkan hasil produksi secara langsung ke konsumen.
2. Distribusi semi langsung dimana penyaluran hasil barang produksi dari produsen ke konsumen melalui badan perantara milik produsen sendiri.
3. Distribusi tidak langsung produsen tidak langsung menjual hasil produksinya, baik barang atau jasa kepada pemakaiannya melainkan melalui perantara.³⁶

c. Indikator Distribusi

Menurut Stanton, Etzel, dan Walker, Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Sistem Transortasi

Sistem transportasi merupakan serangkaian bentuk keterkaitan antara penumpang atau barang prasarana dan sarana yang berinteraksi dalam rangkaian perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam suatu tatanan.

2. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk merupakan kumpulan barang yang dimiliki pengecer atau supermarket. Ketersediaan meliputi lebar kategori tiap kategori produk dan variasi setiap kategori.

3. Waktu Penantian

³⁶ William J. Stanton, “ *Prinsip pemasaran*”. (Erlangga, jakarta, 1991). Hal : 5

Waktu penantian adalah proses pengiriman cabai yang memiliki waktu yang relatif tidak menentu karena ada beberapa faktor.³⁷

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Distribusi

1. Faktor Pasar

Lingkup faktor ini, saluran distribusi dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen. Yaitu jumlah konsumen, letak geografis konsumen, jumlah pesanan, dan kebiasaan konsumen.

2. Faktor Barang

Pertimbangan dari barang yang bersangkutan-paut denan nilai unit dan berat, mudah rusaknya barang, dan standar barang.

3. Faktor Perusahaan

Pertimbangan yang diperukan disini adalah sumber dana, pengalaman, dan kemampuan manajemen serta pengawasan pelayanan yang diberikan.

e. Distribusi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Abdel Rahma menjelaskan bahwa pemahaman distribusi secara adil dalam konteks syariah yaitu dengan menjadikan zakat sebagai model distribusi pendapatan pada masyarakat yang berpenghasilan rendah.

Yusuf Qardhawi, *Darul Qiyam wa al Akhlak fi Iqtisad al Islam*, dalam buku ini menjelaskan norma dan etika dalam distribusi, dengan menjadikan Allah sebagai salah satu-satunya Tuhan sekalian alam, karena dengan itulah

Allah mengangkat manusia sebagai Khalifatullah (wakil Allah dimuka bumi). Pengakuan atas hak milik pribadi dan warisan sebagai simbol kebebasan dan pengakuan atas hak milik, sedangkan nilai keadilan dalam distribusi Islam membatasi kebebasan, dan mengecam kebebasan mutlak sebagai noda akhlak.³⁸

M. Anas Zarqa dalam *Islamic Distributive Scheme*, menjelaskan pandangan syariah dalam distribusi, yang meliputi :

1. Pemenuhan kebutuhan bagi semua makhluk.
2. Menimbulkan efek positif bagi pemberi.
3. menciptakan kebaikan bagi seluruh manusia.
4. mengurangi kesenjangan pada distribusi pendapatan dan kekayaan.³⁹

D. Risiko Perjalanan

a. Pengertian Risiko Perjalanan

Menurut Abbas Salim, risiko adalah ketidakpastian yang mungkin melahirkan kerugian. Ketidakpastian ini dapat disebabkan oleh ketidakpastian ekonomi, alam, dan perilaku manusia. Perjalanan adalah kegiatan berpergian meninggalkan suatu tempat kediaman untuk mengunjungi suatu tempat yang menjadi tujuan.⁴⁰

³⁸Ruslan Abdul Ghafur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar). Hlm. 18 dan 19.

³⁹ Ruslan Abdul Ghafur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar). Hlm. 17

⁴⁰Elton, Edwin J. dan Matin J. Grube. 1994. *Modern Portofolio Theory and Investment Analysis Fourth Edition*. Singapore : John Wiley dan Sons. Hal: 8

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa risiko perjalanan adalah ketidakpastian dalam kegiatan yang mungkin melahirkan kerugian dari tempat asal ketempat tujuan.

b . Jenis-jenis Risiko

1. Risiko Murni adalah risiko yang apabila terjadi tentu menimbulkan kerugian dan terjadinya tanpa sengaja.
2. Risiko Spekulatif adalah risiko yang sengaja ditimbulkan oleh yang bersangkutan, agar terjadinya ketidakpastian memberikan keuntungan kepadanya
3. Risiko Fundamental adalah risiko yang penyebabnya tidak dapat dilimpahkan kepada seseorang dan yang menderita tidak hanya satu atau beberapa orang saja tetapi banyak orang.
4. Risiko Khusus adalah risiko yang bersumber pada peristiwa yang mandiri dan umumnya mudah diketahui penyebabnya.
5. Risiko Dinamis adalah risiko yang timbul karena perkembangan dan kemajuan (dinamika) masyarakat dibidang ekonomi, ilmu, dan teknologi.⁴¹

c . Indikator Risiko Perjalanan

Menurut Abbas Salim,Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

⁴¹Darmawi,.Herman., 2005. *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara. Jakarta. Hal : 34

1. Ada Risiko Tertentu

Ada risiko tertentu adalah suatu risiko yang muncul karena ada sebab akibat dari prosedur produksi yang tidak diperhatikan.

2. Kerugian

Kerugian merupakan jumlah pengeluaran atau biaya yang lebih besar dibandingkan dengan pendapatan yang diterima.

3. Pemikiran Bahwa Berisiko

Pemikiran bahwa berisiko adalah gagasan yang muncul untuk membentuk kewaspadaan dari suatu kejadian diwaktu yang akan datang.⁴²

d . Risiko Perjalanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Permasalahan risiko dan manajemen risiko dalam islam termasuk kelompok *ta'aqquli*. Muhammad Ma'sum Billah, diartikan sebagai peristiwa yang terjadi diluar dugaan dimana kerugian tersebut ditanggung pihak asuransi. Ferdinan Silalahi dalam bukunya manajemen risiko dan asuransi, risiko adalah suatu sistem dari pengawasan risiko dan perlindungan atas harta benda, hak milik, dan keuntungan badan usaha.

d . Faktor-faktor yang Mempengaruhi Risiko Perjalanan

1. Variabilitas Permintaan

Risiko yang semakin kecil apabila permintaan atas produk perusahaan semakin konstan dimana hal-hal lainnya tetap.

⁴²Elton, Edwin J. dan Matin J. Grube. 1994. *Modern Portofolio Theory and Investment Analysis Fourth Edition*. Singapore : John Wiley dan Sons.

2. Variabilitas Harga Jual

Perusahaan akan menghadapi risiko yang lebih tinggi dari perusahaan sejenis apabila harga jual produk perusahaan berfluktuatif.

3. Variabilitas Harga Input

Perusahaan yang memperoleh input dengan harga yang sangat tidak pasti menghadapi risiko.

4. Kemampuan untuk menyesuaikan harga output terhadap perubahan harga input sejumlah perusahaan menghadapi kesulitan dalam meningkatkan harga produknya apabila biaya input meningkat.

5. Proporsi biaya tetap

Risiko akan meningkat ketika sebagian besar biaya perusahaan merupakan biaya tetap. Hal ini terjadi ketika permintaan menurun, namun biaya tetap yang ditanggung perusahaan tidak menurun.⁴³

E . Harga

a. Pengertian Harga

Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa harga merupakan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk/ jasa. Lebih luas lagi, harga merupakan jumlah seluruh nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk/

⁴³Soekarwati, Rusinadi, Effi Damaijati. 1993. *Risiko dan Ketidakpastian dalam agribisnis*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada). Hlm. 76

jasa.⁴⁴ Sedangkan menurut Swastha, harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.⁴⁵

Maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang atau alat tukar lainnya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang dipersepsikan bermanfaat, berkualitas, berdaya saing, dan terjangkau.

b . Dasar-dasar Strategi Penetapan Harga

Biaya yang perlu ditutupi suatu perusahaan biasanya membutuhkan harga minimum, atau batas terendah, untuk tawaran jasa tertentu, dan nilai persepsi tawaran tersebut bagi pelanggan menentukan batas maksimum, atau batas tertinggi. Harga yang dikenakan pesaing untuk jasa yang sama atau pengganti umumnya menentukan dimana letak harga yang sesungguhnya harus ditetapkan, dalam rentang batas terendah dan tertinggi tersebut. Berikut beberapa dasar strategi penetapan harga menurut Swastha:⁴⁶

1) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Dalam penetapan harga berdasarkan biaya, harga ditetapkan dalam kaitannya dengan biaya finansial. Perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan harus menutup semua biaya variabel, semi variabel, dan tetap

⁴⁴Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345

⁴⁵ Basu Swastha, *Op.Cit.*, hlm. 241

⁴⁶ Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, Edisi 3 Cetak 8, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 247-248

dalam memproduksi dan memasarkan jasa dan kemudian menambahkan margin yang mencukupi untuk menghasilkan laba yang memuaskan.

2) Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

Pada penetapan harga berdasarkan persaingan, perusahaan yang memasarkan jasa yang relatif tidak berbeda dari tawaran pesaing harus terus menerus mengawasi harga yang dikenakan pesaing dan berupaya untuk menerapkan harga yang sesuai.

3) Penetapan Harga Berdasarkan Nilai

Harga kadang-kadang digunakan sebagai alat mengkomunikasikan kualitas dan nilai suatu jasa apabila pelanggan merasa sulit menilai kemampuan jasa itu sebelumnya. Dengan tidak adanya petunjuk yang berwujud, pelanggan mungkin akan menghubungkan harga yang lebih tinggi dengan tingkat kinerja yang lebih tinggi pada atribut-atribut yang penting.

4) Penetapan Harga Berdasarkan Manfaat

Merupakan penetapan harga berdasarkan aspek jasa yang langsung memberi manfaat kepada pelanggan. Pendekatan ini memaksa pemasar jasa meneliti aspek jasa mana yang dihargai dan tidak dihargai pelanggan.⁴⁷

c .Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 251

1. Keterjangkauan Harga

Adalah kondisi yang mampu dicapai dalam penawaran oleh produsen ke konsumen dengan faktor kondisi barang, harga, dan distribusi.

2. Daya Saing Harga

Merupakan kemampuan suatu harga produk yang memiliki nilai ekonomi dari segi kualitas dan cara produksi yang baik dapat meningkatkan harga jual suatu produk.

3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas manfaat

Merupakan kondisi harga dari suatu barang dan jasa yang pemanfaatannya sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat⁴⁸.

d . Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Terdapat beberapa pemikir Islam yang membahas konsep harga berdasarkan kondisi ekonomi di sekitar pada masanya, pemikir tersebut antara lain:

1) Pemikiran Abu Yusuf tentang Harga

Menurut Abu Yusuf tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal nya harga di pasar. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan karena kelangkaan makanan, kadang makanan sangat sedikit tetapi harganya murah. Murah dan mahal merupakan *sunatullah* (ketentuan Allah). Pernyataan ini bermakna

⁴⁸Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345

bahwa harga bukan hanya ditentukan oleh *supply* (penawaran) semata, tetapi juga ditentukan oleh *demand* (permintaan).⁴⁹

2) Pemikiran Ibn Taimiyah tentang Harga

Dalam membahas tentang persoalan harga yang adil, Ibn Taimiyah sering kali menggunakan dua istilah, yakni kompensasi yang setara (*'iwadh al-mitsl*) dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*). Kompensasi yang setara merupakan jumlah yang sama dari objek khusus baik dalam pemakaian yang umum (*urf*), tingkat harga (*si'r*) maupun kebiasaan (*'adah*). Atau evaluasi yang benar terhadap kompensasi yang adil didasarkan atas analogi dan taksiran dari barang tersebut dengan barang lain yang setara. Sedangkan harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.⁵⁰

e. Faktor- faktor yang mempengaruhi Harga

1. Permintaan terhadap barang atau jasa bertambah, sedangkan jumlah barang atau jasa terbatas.
2. Keadaan perekonomian
3. Persaingan.
4. Produsen mengetahui selera konsumen.
5. Tingginya biaya produksi.⁵¹

⁴⁹ Havis Aravik, *Ekonomi Islam*, (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 147

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 211

⁵¹ Buchari Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA, Bandung.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil
1.	Indah Novita Dewi dan Rita Mariati/ 2014	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Cabai di Kota Samarinda	Variabel Bebas : Hasil Produksi (cabai besar dan kecil), Harga cabai kecil. Variabel Terikat : Harga Cabai Besar	Secara parsial/ sendiri-sendiri harga cabai kecil (X3) yang mempengaruhi harga cabai besar.
2.	Muhammad Agus Salim/ 2016	Analisis Risiko Harga Cabai di Pasar Induk Kramat Jati	Variabel Bebas : Risiko, Fluktuasi, pasokan Variabel Terikat: Harga Cabai	Berdasarkan varians dan residual error dari harga cabai maka variabel pasokan berpengaruh signifikan terhadap harga cabai sebesar 1 persen
3.	Nathania Palar Dkk/ 2016	Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Cabai Rawit di Kota Manado	Variabel Bebas : Permintaan, Selera Masyarakat. Variabel Terikat :	Hasil Penelitian variabel selera masyarakat sangat berpengaruh signifikan terhadap harga

			Harga Cabai	cabai.
4.	Aisyah Afriani Dkk/ 2015	Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam mengkonsumsi Cabai Merah	Variabel Bebas : Permintaan, Harga, dan Jumlah Konsumsi Variabel Terikat : Sikap konsumen dalam mengkonsumsi cabai	Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam mengkonsumsi cabai adalah harga, pendapatan, jumlah konsumsi, sikap positif lebih banyak ditunjukkan konsumen alam mengkonsumsi cabai merah sebanyak 90%
5.	Miftah Farid/ 2013	Tinjauan Terhadap produksi, konsumsi, distribusi, dan dinamika, harga cabai di Indonesia	Variabel Bebas : Produksi, Konsumsi, Distribusi, dan Dinamika Variabel Terikat : Harga Cabai	Hasil dari penelitian variabel empat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap harga cabai
6.	Chaira Dkk/2014	Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah di Provinsi Sumatera Utara	Variabel Bebas : Harga, Pendapatan dan Jumlah Penduduk Variabel Terikat :	Variabel yang berpengaruh terhadap permintaan adalah pendapatan.

			Permintaan	
7.	Evi silfinda/ 2013	Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi Fluktuasi Harga Cabai Merah di Kabupaten Deli Serdang	Variabel Bebas : Impor,biaya pemasaran, Faktor Saprotan Variabel Terikat : Harga Cabai	Faktor yang mempengaruhi harga cabai di Deli Serdang adalah faktor Saprotan (Sarana Produksi Tanaman)

Sumber : dikumpulkan berbagai sumber

G . Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukannya bertahan kepada hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.⁵²

1. Pengaruh Selera Konsumen Terhadap Harga

Nathania Palar Dkk/ 2016, judulnya “Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Cabai Rawit di Kota Manado“. Menunjukkan bahwa

⁵² Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013), hlm. 59

berapa pun harga cabai rawit di Kota Manado masyarakat tetap akan membelinya karena sudah menjadi selera makan bagi masyarakat. Berdasarkan uraian secara variabel dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu :

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan antara selera konsumen terhadap harga secara parsial.

2. Pengaruh Tingkat Permintaan Barang Terhadap Harga

Chaira Dkk/2014. Judulnya “Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah di Provinsi Sumatera Utara“. Menunjukkan bahwa serempak permintaan cabai di Provinsi Sumatera Utara berpengaruh nyata terhadap harga cabai di berbagai pasar di Kota/ Kabupaten di Sumatera Utara. Berdasarkan uraian secara variabel dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu :

H₂ : Terdapat pengaruh positif antara variabel permintaan terhadap harga cabai.

3. Pengaruh Distribusi Terhadap Harga

Miftah Farid/ 2013, Judulnya “ Tinjauan Terhadap produksi, konsumsi, distribusi, dan dinamika, harga cabai di Indonesia ”. Menunjukkan bahwa distribusi cabai berpengaruh terhadap harga berdasarkan jarak tempuh perjalanan. Berdasarkan uraian secara variabel dan empiris yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu :

H₃ : Terdapat pengaruh negatif antara distribusi terhadap harga cabai.

4. Pengaruh Risiko Perjalanan Terhadap Harga

Muhammad Agus Salim/ 2016, Judulnya “Analisis Risiko Harga Cabai di Pasar Induk Kramat Jati”.Menunjukkan bahwa proses pendistribusian memiliki risiko yang beragam baik dari cuaca, penyimpanan/pengepakan, dan kondisi kendaraan yang akan menghambat distribusi dan berpengaruh terhadap harga jual. Berdasarkan uraian secara variabel dan empiris maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu :

H₄ : Terdapat pengaruh signifikan antara risiko perjalanan terhadap harga cabai.

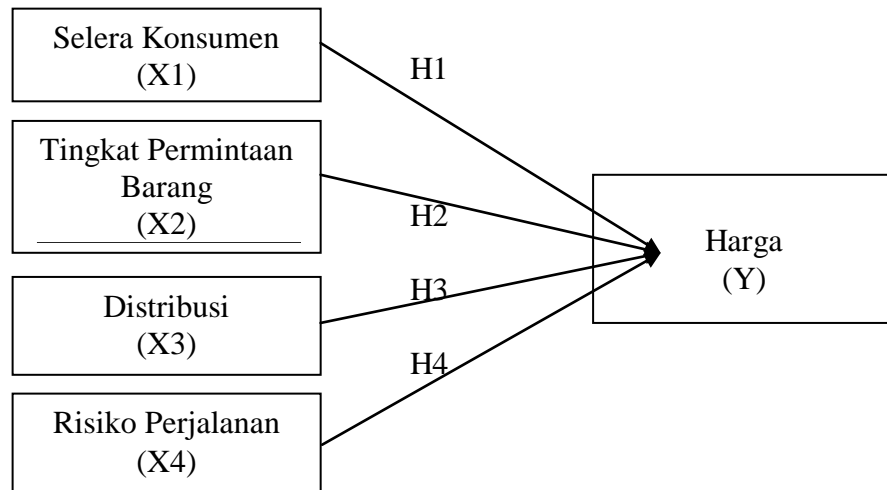
F. Kerangka Berpikir

Kerangka konseptual (*conceptual framework*) atau kerangka teoritis (*teoretical framework*) adalah kerangka berpikir kita yang bersifat teoritis atau konseptual mengenai masalah yang kita teliti. Kerangka berpikir tersebut menggambarkan hubungan antara konsep-konsep atau variabel-variabel yang akan diteliti.⁵³Kerangka berpikir di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵³ Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2004), hlm. 29

Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran



Sumber : dikembangkan oleh peneliti

Penelitian ini memfokuskan pembahasan tentang pengaruh selera konsumen, tingkat permintaan barang, jumlah rantai pasokan, distribusi, dan risiko perjalanan sebagai variabel independen, sedangkan harga sebagai variabel dependen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

1. Setting Penelitian

Penelitian ini membahas tentang pengaruh selera konsumen, permintaan barang, , distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di salah satu unit usaha PT. Swarnadwipa Selaras Adiguna yaitu Pasar Induk Jakabaring Palembang . Dalam penelitian ini mengambil lokasi di di pasar induk jakabaring.

2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian kausalitas melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian kausal (hubungan sebab akibat) adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat.⁵⁴ Penelitian ini mengkaji selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di pasar induk jakabaring. Variabel selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan berperan sebagai penyebab, dan variabel harga berperan menjadi akibat.

Penelitian ini terdiri dari lima variabel bebas (X) yaitu selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan dan satu variabel terikat (Y) yaitu harga.

⁵⁴Azuar Juliandi dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (UMSU Press: Medan, 2014), hlm. 13

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka, atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.⁵⁵

2. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan di dalam penelitian ini didapatkan dari hasil jawaban responden pada kuesioner penelitian, responden di dalam penelitian ini adalah pedagang dan konsumen cabai di pasar induk jakabaring

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian.⁵⁶ Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang cabai merah pasar Induk Jakabaring, pada tahun 2014 menurut data Badan Pusat Statistik Palembang jumlah pedagang di Palembang 7.346 dari 22 pasar yang ada di Palembang.

⁵⁵ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 20

⁵⁶ Azuar Juliandi dkk, *Op.Cit.*, hlm. 51

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵⁷ Sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen cabai di Pasar Induk Jakabaring.

a. Penentuan Ukuran Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah pedagang cabai dan kosumen cabai yang mempunyai karakteristik sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian dan dapat dijadikan responden. Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut *Hair et al* adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 15 \times 10 \\ &= 150\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas di dapatkan untuk sampel minimum menggunakan 150 sampel responden karena jumlah sampel yang belum diketahui .⁵⁸

b. Penentuan Penarikan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* (sampel bertujuan) merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kita

⁵⁷ Arikunto, “*prosedur penelitian*”. (Jakarta : Rineka Cipta,2013).hlm. 109

⁵⁸ Kiswati Sri, (2010). “*Studi tentang sikap konsumen atas merek Tolak Angin pada Mahasiswa FE Undip Semarang*”. Tesis dipublikasikan Program Studi Magister manajemen program Pasca Sarjana, Undip Semarang.

memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita.⁵⁹ Adapun batasan atau kriteria sampel yang diperlukan di dalam penelitian ini sebagai berikut: Konsumen dan pedagang kecil yang menjadikan Pasar Induk Jakabaring sebagai pasokan utama untuk membeli dan menjual cabai merah dari desa ke kota atau kota ke pasar tradisional di Sumatera Selatan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.⁶⁰

a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti.⁶¹ Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bentuk pernyataan. Responden hanya perlu memberikan pilihan pada jawaban yang telah disediakan dan jumlah responden yang mengisi kuesioner berjumlah 150 responden.

⁵⁹ Nanang Martono, *Op.Cit.*, hlm. 81

⁶⁰ Mudrajat Kuncoro, “*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*”, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013).hlm.145

⁶¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, “*Metode Penelitian*”. (Jakarta : PT. Bumi Aksara).Hlm.76

E. Variabel-variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas di dalam penelitian ini adalah Selera Konsumen (X_1), Permintaan Barang (X_2), Distribusi (X_3), dan Risiko Perjalanan (X_4).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan ada tidaknya hubungan atau pengaruh dari variabel bebas. Variabel terikat di dalam penelitian ini adalah Harga (Y).

F. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Selera Konsumen (X ₁)	adalah kesan yang diperoleh konsumen cabai saat merasakan produk cabai yang dijual oleh pedagang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesan konsumen 2. Nilai guna produk 3. Bentuk dari setiap produk
Permintaan Barang (X ₂)	Adalah Jumlah dari komoditi cabai yang dibutuhkan konsumen dengan tingkatan kebutuhan yang berbeda-beda dan keinginan tertentu .	<ol style="list-style-type: none"> 1 . Nilai barang itu sendiri 2 . Tingkat Pendapatan 3 . Jumlah Barang
Distribusi(X ₃)	Adalah Penyaluran komoditi cabai yang diproduksi oleh produsen kekonsumen sehingga komoditi cabai tersebut dikirim ke pasar – pasar yang ada disuatu wilayah tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1 . Sistem transportasi 2 . Ketersediaan produk 3 . Waktu Penantian
Risiko Perjalanan (X ₄)	Adalah ketidakpastian yang menimbulkan risiko dari kurangnya pengawasan, perawatan, dan kewaspadaan terhadap hal-hal yang dapat merugikan produsen dan konsumen cabai	<ol style="list-style-type: none"> 1 . Ada risiko tertentu 2 . Kerugian 3 . Pemikiran bahwa berisiko

Harga (Y)	Adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk cabai berdasarkan kualitas barang untuk meningkatkan harga jual produk yang dibutuhkan masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat
-----------	---	--

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2018

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah digunakan untuk mengukur kesahihan / valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner akan dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.⁶² Jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ dan bernilai positif pada signifikan 5% maka data tersebut dapat dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka data dinyatakan tidak valid.⁶³

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat mengukur kostruk atau vriabel. Suatu kuesioner dikatakan reabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaaan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu.⁶⁴

⁶² Ferdinand, Agusty T., 2006.,OP cit

⁶³ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.203

⁶⁴ Ghazali, Imam. 2001. *Ibid*

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

a. *Repeated measure* atau pengukuran ulang, dimana seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

b. *One shot* atau pengukuran sekali saja, adapun cara yang digunakan adalah dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha(a)*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $>0,60$. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Pada pengujian ini menggunakan bantuan komputer program SPSS 21.⁶⁵

H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model skala Likert pada kuesioner yang disebarkan. Skala Likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu. Data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS 16.

Dirancang oleh Likert untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang/ sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen pertanyaan memiliki gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Umumnya skala Likert mengandung pilihan jawaban: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Skor yang diberikan adalah 5, 4, 3,

⁶⁵Ibid., hlm.57

2, 1. Skala Likert dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, dan bentuk pilihan ganda atau tabel ceklis.⁶⁶

Adapun pengukuran skala Likert di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju	diberi skor	5
S	= Setuju	diberi skor	4
N	= Netral	diberi skor	3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

Dalam suatu penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan setelah data dari lapangan terkumpul. Analisis data ini meliputi 5 M, yaitu mengklasifikasikan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, Linieritas, Multikolinieritas, dan Heteroskedastisitas, dengan rincian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode

⁶⁶Azuar Juliandi dkk, *Op.Cit.*, hlm. 70

klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal.⁶⁷

1. Analisis grafik, normalitas dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Sebagai dasar pengambilan keputusan:

- i. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- ii. Jika data atau grafik menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis statistik, dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk kepentingan uji normalitas adalah sebagai berikut:

- i. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov $Z \leq Z_{\text{tabel}}$, atau nilai signifikansi variabel residual $> \alpha$, maka data residual terdistribusi normal.
- ii. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov $Z > Z_{\text{tabel}}$, atau nilai signifikansi variabel residual $< \alpha$, maka data residual terdistribusi tidak normal.

Uji normalitas melalui grafik bisa menyesatkan jika tidak hati-hati, secara visual terlihat normal, tetapi secara statistik justru sebaliknya. Maka

⁶⁷Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi & Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 57

dari itu, selain uji grafik dilengkapi juga dengan uji statistik *one sample kolmogorov-smirnov test* yang dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan di atas.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linear atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dan analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian SPSS dengan menggunakan *deviation from linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila signifikan lebih dari 0,05.⁶⁸

c. Uji Multikolinieritas

Asumsi multikolinieritas merupakan bentuk pengujian yang menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas, salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi, sehingga bisa dipilih model yang paling baik. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ganda terdapat korelasi antar-IV. Model regresi linier ganda yang baik seharusnya korelasi antar-IV adalah kecil atau justru sama sekali tidak ada.⁶⁹

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yakni:

⁶⁸Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kedua, (Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011)

⁶⁹Sufren dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 105

1. Melihat nilai *tolerance*:

- a) Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*):

- i. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- ii. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah adanya kertidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas.⁷⁰ Dasar pengambilan keputusannya yakni:

- 1) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

⁷⁰ Ibid., hlm. 63

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan di dalam penelitian ini karena terdapat empat variabel bebas. Analisis regresi berganda adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang mencakup dua variabel independen (prediktor) atau lebih untuk menduga nilai variabel dependen (respon). Penggunaan metode ini untuk menganalisis pengaruh selera konsumen terhadap harga, pengaruh permintaan barang terhadap harga, pengaruh distribusi terhadap harga, dan pengaruh risiko perjalanan terhadap harga dengan model dasar sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Harga

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi Selera Konsumen

b₂ = Koefisien Regresi Permintaan Barang

b₃ = Koefisien Regresi Distribusi

b₄ = Koefisien Regresi Risiko Perjalanan

X₁ = Selera Konsumen

X₂ = Permintaan Barang

X₃ = Distribusi

X₄ = Risiko Perjalanan

e = error

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan di dalam penelitian ini ada empat, yaitu uji r (korelasi), uji koefisien determinasi (R^2), uji F (simultan) dan uji T (parsial).

Secara statisti, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi (R^2), nilai statistik F dan nilai statistik L perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.⁷¹

a. Uji r (Korelasi)

Korelasi adalah salah satu cara dalam statistik yang dipakai untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Nilai koefisien korelasi itu sendiri berkisar antara -1 dan 1. Melalui simbolisasi secara matematis, nilai koefisien korelasi adalah: $-1 \leq CC \leq 1$. Apabila nilai koefisien korelasi positif, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah berbanding lurus. Semakin mendekati nilai 1, hubungan antara kedua variabel semakin kuat. Sedangkan apabila nilai koefisien korelasinya negatif, hubungan antara kedua variabel yang terjadi adalah berbanding terbalik.⁷²

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel bebas, yaitu selera konsumen (X_1), permintaan barang (X_2), Distribusi (X_3), dan Risiko Perjalanan (X_4) terhadap satu variabel terikat

⁷¹Kurnia akbar, Op, Cit. Hlm.45

⁷²Purbayu Budi Santosa dan Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 257

yaitu harga (Y). Ada dua cara untuk pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi dan tanda bintang yang diberikan pada output program SPSS:

1. Berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi.
2. Berdasarkan tanda bintang yang diberikan SPSS, jika terdapat tanda bintang pada *pearson correlation* maka antara variabel yang dianalisis terjadi korelasi.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel-variabel X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan satu, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh. Dalam hal ini nilai koefisien determinasi sama dengan satu berarti ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan oleh X.⁷³Jadi koefisien determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel bebas) mempengaruhi variabel Y (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1.

⁷³ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 259

c. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikan $\alpha = 0,05$
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima, artinya variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 3) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, artinya variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

d. Uji T (Parsial)

Uji T atau sering diartikan sebagai uji parsial bertujuan untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Dimana taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Penerimaan atau penolakan hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Ini berarti secara parsial variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Induk Jakabaring Palembang

Pasar Induk Jakabaring merupakan Pasar Induk (sayur mayur). kedua yang dikembangkan oleh PT. Swarnadipa Selaras Adiguna setelah Pasar Induk Tanah Tinggi Tangerang. Pasar Induk Jakabaring beroperasi bulan juli 2004 dan aktivitas perdagangan harian dipersiapkan sampai 800 ton. Dengan demikian keunggulan kota Palembang sebagai “kota air” yang memanfaatkan lalu lintas air sebagai alat transportasi antar kota/desa terpencil disekitar Palembang.

Tujuan dikembangkannya Pasar Induk Jakabaring adalah untuk membantu pedagang grosir komoditi pertanian (sayur-mayur) mendapat tempat berdagang yang layak, menciptakan akses pasar dan transparansi harga bagi petani produsen sehingga bisa mengetahui kualitas yang dibutuhkan pasar serta lebih meningkatkan produksi dan pendapatannya, dan membantu agar margin distribusi menjadi lebih rendah dan tingkat fluktuasi harga konsumen lebih mudah dikenali.

Saat ini Pasar Induk Jakabaring memiliki patokan dasar adalah lapak seluas 1 m² bisa digunakan untuk menjajahkan komoditi sayur-sayuran seberat 180 kg. Sebagai ilustrasi, jika jumlah penduduk yang harus dilayani sebanyak 1,5 juta, berarti diperlukan sekitar 400 ton komoditi pertanian untuk diperdagangkan per hari. Luas lapak yang dibutuhkan adalah

$400.000/180 = 2.200 \text{ m}^2$. dengan demikian luas keseluruhan areal yang dibutuhkan adalah minimal sekitar $4.400 \text{ m}^2/0,4 = 11.000 \text{ m}^2$.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan data pada kuesioner penelitian tentang pengaruh selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang diperoleh karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi penggunaan jasa. Pengelompokan terhadap responden tersebut dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai karakteristik responden di dalam penelitian ini.

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	65	35%
Perempuan	85	65%
Jumlah	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 65 orang dan responden

berjenis kelamin perempuan berjumlah 85 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen di Pasar Induk Jakabaring Palembang yang dijadikan sebagai responden di dalam penelitian ini adalah perempuan.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Distribusi responden berdasarkan usia dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
20 -30 tahun	15	10%
31-40 tahun	35	20%
41-50 tahun	60	45%
51-60 tahun	40	25%
Jumlah	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berusia 20-30 tahun berjumlah 15 orang, responden berusia 31-40 tahun berjumlah 35 orang, responden berusia 41-50 tahun berjumlah 60 orang, responden berusia 51-60 tahun berjumlah 40 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen di Pasar Induk Jakabaring Palembang yang dijadikan sebagai responden di dalam penelitian ini berusia 41-50 tahun.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Distribusi responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Distributor	50	30,5%
Wiraswasta	20	14,5%
Industri Kuliner	23	14,7%
Ibu Rumah Tangga	25	15,5%
Mahasiswa	15	10,3%
Lain-lain	20	14,5%
Jumlah	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang berstatus Distributor berjumlah 50 orang, responden yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 20 orang, responden yang bekerja sebagai Industri Kuliner berjumlah 23 orang, responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 25 orang, responden sebagai Mahasiswa berjumlah 15 orang, responden yang bekerja sebagai lain-lain berjumlah 20 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas

konsumen di Pasar Induk Jakabaring Palembang yang dijadikan sebagai responden di dalam penelitian ini adalah distributor.

C. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Variabel Selera Konsumen (X_1)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel Selera Konsumen (X_1) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Selera Konsumen (X_1)

Indikator	Frekuensi						Persentase					
	SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
X1.1	29	103	18	0	0	150	19,3%	68,7%	12%	0%	0%	100%
X1.2	23	84	43	0	0	150	15,3%	56%	28,7%	0%	0%	100%
X1.3	37	89	24	0	0	150	24,7%	59,3%	16%	6,9%	0%	100%
X1.4	36	85	29	0	0	150	24%	56,7%	19,3%	0%	0,8%	100%
X1.5	28	91	31	1	0	150	18,7%	60,7%	20,7%	10,7%	0%	100%
X1.6	29	93	28	0	0	150	19,3%	62%	18,7%	0%	0%	100%
Jumlah	176	545	173	1	0	900	19,5%	60,5%	19,2%	0,8%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 60,5 % atas selera konsumen untuk membeli cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Hal ini berarti responden menganggap selera konsumen menjadi hal yang penting karena konsumen memiliki perbedaan soal cita rasa atau selera.

2. Deskripsi Variabel Permintaan Barang (X_2)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel permintaan barang (X_2) dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Permintaan Barang (X_2)

Indikator	Frekuensi						Persentase					
	SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
X2.1	35	92	32	0	0	150	23,3%	61,3%	21,3%	0%	0%	100%
X2.2	32	93	25	0	0	150	21,3%	62%	16,7%	0%	0%	100%
X2.3	49	70	31	0	0	150	32,7%	46,7%	20,7%	0%	0%	100%
X2.4	36	71	42	1	0	150	24%	47,3%	28%	0,8%	0%	100%
X2.5	47	62	41	0	0	150	31,3%	41,3%	27,3%	0%	0%	100%
X2.6	34	86	29	1	0	150	22,7%	57,3%	0,8%	0%	0%	100%
Jumlah	233	474	200	1	0	900	26%	52,7%	22,2%	0,1%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 52,7% atas permintaan barang pada produk cabai. Hal ini berarti responden menganggap permintaan barang cabai yang di minta sangat beragam ukuran dan jenisnya.

3. Deskripsi Variabel Distribusi (X_3)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel distribusi (X_3) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Distribusi (X₃)

Indikator	Frekuensi						Persentase					
	SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
X3.1	44	79	21	0	0	150	29,3%	52,7%	14%	0%	0%	100%
X3.2	22	90	38	0	0	150	14,7%	60%	25,3%	0%	0%	100%
X3.3	44	82	24	0	0	150	32,7%	46,7%	20,7%	0%	0%	100%
X3.4	37	84	29	0	0	150	24,7%	56%	19,3%	0%	0%	100%
X3.5	41	73	36	0	0	150	27,1%	49%	24%	0%	0%	100%
X3.6	41	84	25	0	0	150	27,1%	56%	16,7%	0%	0%	100%
Jumlah	229	388	173	0	0	900	25,4%	43,1%	19,2%	0%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 43,1% atas distribusi pada produk cabai. Hal ini berarti responden menganggap distribusi cabai mengalami kendala baik dari segi pengiriman dan penerimaan kekonsumen.

4. Deskripsi Variabel Risiko Perjalanan (X₄)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel risiko perjalanan (X₄) dapat diuraikan sebagai berikut

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Risiko Perjalanan (X₄)

Indikator	Frekuensi						Persentase					
	SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
X4.1	37	100	12	1	0	150	24,7%	66,7%	8%	0,7%	0%	100%
X4.2	34	84	30	2	0	150	22,7%	56%	20%	1,3%	0%	100%
X4.3	31	89	28	2	0	150	20,7%	59,3%	18,7%	1,3%	0%	100%
X4.4	22	96	36	0	0	150	14,7%	64%	24%	0%	0%	100%
X4.5	32	84	35	1	0	150	21,3%	56%	23,3%	0,7%	0%	100%
X4.6	19	87	44	0	0	150	12,7%	58%	29,3%	0%	0%	100%
Jumlah	175	540	185	6	0	900	19,4%	60%	20,6%	0,7%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 60% atas risiko perjalanan pada produk cabai. Hal ini berarti responden menganggap risiko perjalanan pengiriman cabai harus diminimalisir agar pengiriman lancar dan tidak terhambat.

5. Deskripsi Variabel Harga (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator harga (Y) dapat diuraikan dengan tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Harga (Y)

Indikator	Frekuensi						Persentase					
	SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
Y1	24	95	30	1	0	150	16%	63,3%	20%	0,7%	0,8%	100%
Y.2	18	95	37	0	0	150	12%	63,3%	24,7%	0%	0%	100%
Y.3	44	85	21	0	0	150	29,3%	56,7%	14%	0%	0%	100%
Y.4	32	84	34	0	0	150	21,3%	56%	22,7%	0%	0%	100%
Y.5	31	85	33	1	0	150	20,7%	56,7%	22%	0,7%	0%	100%
Y.6	22	88	40	0	0	150	14,7%	58,7%	27%	0%	0,8%	100%
Jumlah	171	532	195	2	0	900	19%	59,1%	21,7%	0,2%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 59,1% atas harga pembelian cabai sehingga responden menganggap bahwa harga yang naik turun menjadi hal yang biasa bagi masyarakat karena telah terjadi setiap tahun.

D. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Variabel Selera Konsumen (X₁)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,1620. Berikut

pengujian validitas pada variabel selera konsumen (X_1). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Selera Konsumen (X_1)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	X1.1	0,443	0.1620	Valid
2.	X1.2	0,524	0.1620	Valid
3.	X1.3	0,533	0.1620	Valid
4.	X1.4	0,528	0.1620	Valid
5.	X1.5	0,637	0.1620	Valid
6.	X1.6	0,672	0.1620	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengolahan data variabel Selera Konsumen (X_1) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

b. Variabel Permintaan Barang (X_2)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0.1620. Berikut pengujian

validitas pada variabel permintaan barang (X_2). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Permintaan Barang (X_2)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	X2.1	0,646	0.1620	Valid
2.	X2.2	0,554	0.1620	Valid
3.	X2.3	0,663	0.1620	Valid
4.	X2.4	0,713	0.1620	Valid
5.	X2.5	0,621	0.1620	Valid
6.	X2.6	0,498	0.1620	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil pengolahan data variabel Permintaan Barang (X_2) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

c. Variabel Distribusi (X_3)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0.1620. Berikut pengujian

validitas pada variabel distribusi (X_3). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Distribusi (X_3)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	X3.1	0,557	0.1620	Valid
2.	X3.2	0,188	0.1620	Valid
3.	X3.3	0,630	0.1620	Valid
4.	X3.4	0,689	0.1620	Valid
5.	X3.5	0,726	0.1620	Valid
6.	X3.6	0,324	0.1620	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil pengolahan data variabel Distribusi (X_3) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

d. Variabel Risiko Perjalanan (X_4)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0.1620. Berikut pengujian

validitas pada variabel risiko perjalanan (X_4). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Risiko Perjalanan (X_4)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	X4.1	0,436	0.1620	Valid
2.	X4.2	0,546	0.1620	Valid
3.	X4.3	0,577	0.1620	Valid
4.	X4.4	0,665	0.1620	Valid
5.	X4.5	0,696	0.1620	Valid
6.	X4.6	0,650	0.1620	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil pengolahan data variabel Risiko Perjalanan (X_4) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

e. Variabel Harga (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0.1620. Berikut pengujian

validitas pada variabel harga (Y) Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Harga (Y)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1	Y1	0.601	0.1620	Valid
2	Y2	0.686	0.1620	Valid
3	Y3	0.696	0.1620	Valid
4	Y4	0.719	0.1620	Valid
5	Y5	0.712	0.1620	Valid
6	Y6	0.548	0.1620	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.13 diatas hasil pengolahan data variabel harga (Y).Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2 .Uji Realibitas

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan.Dimana Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari $>0,60$ sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka indikator

yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha (α)	Nilai Alpha	Hasil Realibilitas
1	Selera Konsumen (X_1)	0,713	0,60	Reliabel
2	Permintaan Barang(X_2)	0,747	0,60	Reliabel
3	Distribusi(X_3)	0,701	0,60	Reliabel
4	Risiko Perjalanan (X_4)	0,741	0,60	Reliabel
5	Harga(Y)	0,764	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.14 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60. Menurut Nunnally yaitu suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikn nilai Cronbach Alpha > 60 pada hasil pengujian⁷⁴. maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

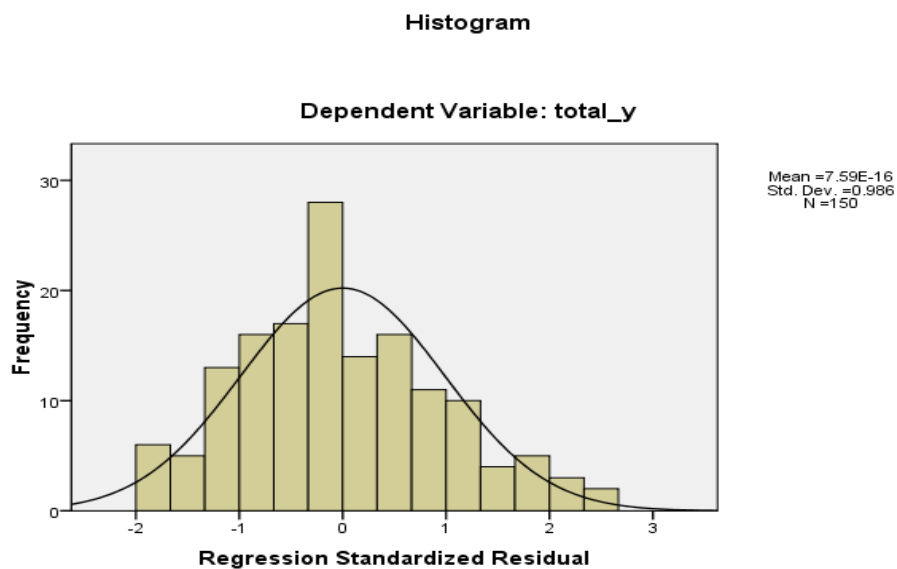
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

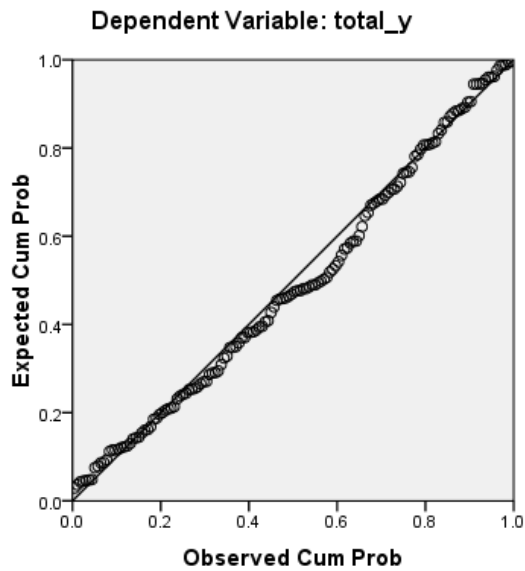
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model

regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika signifikansinya $> 0,05$ maka distribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 16.0. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 4.1
Grafik Histogram dan Garis Diagonal



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Tabel 4.15
Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai

Uji Kolmogorov-Smirnov	Unstandarize Residual
Nilai Kolmogorov-Smirnov	0,898
Sig.	0,395

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan pada tabel 4.15 hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada $0,898 > 0,05$. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dilihat dari nilai Sig. *Linearity* dan Sig. *Deviation from Linearity*. Jika nilai Sig. $< \alpha = 0,05$ maka model regresi adalah linier dan sebaiknya.

Tabel 4.16
Hasil Uji Linieritas Harga dan Selera Konsumen (X₁)

	Sig.
Harga * Selera Konsumen <i>Linearity</i>	0,661
<i>Deviation from Linearity</i>	0,552

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Harga dan Selera Konsumen. Simbol α (alfa) melambangkan nilai standar pada uji linieritas yaitu 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari $< 0,05$ maka hasil uji akan berpengaruh.

Tabel 4.17
Hasil Uji Linieritas Harga dan Permintaan Barang (X₂)

	Sig.
Harga * Permintaan Barang <i>Linearity</i>	0,826
<i>Deviation from Linearity</i>	0,444

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan Tabel 4.17 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Harga dan Permintaan Barang. Simbol α (alfa) melambangkan nilai standar pada uji linieritas yaitu 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari $< 0,05$ maka hasil uji akan berpengaruh.

Tabel 4.18
Hasil Uji Linieritas Harga dan Distribusi (X₃)

	Sig.
Harga * Distribusi <i>Linearity</i>	0,456
<i>Deviation from Linearity</i>	0,537

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Harga dan Distribusi. Simbol α (alfa) melambangkan nilai standar pada uji linieritas yaitu 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari $< 0,05$ maka hasil uji akan berpengaruh.

Tabel 4.19
Hasil Uji Linieritas Harga dan Risiko Perjalanan (X₄)

	Sig.
Harga* Risiko Perjalanan <i>Linearity</i>	0,002
<i>Deviation from Linearity</i>	0,768

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS.

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan

pengaruh antara Harga dan Risiko Perjalanan. Simbol α (alfa) melambangkan nilai standar pada uji linieritas yaitu 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari $< 0,05$ maka hasil uji akan berpengaruh.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai VIF > 10 . Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas :

Tabel 4.20
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.167	4.786		3.796	.000		
	selera konsumen	.026	.101	.021	.261	.795	.994	1.006
	permintaan barang	.025	.083	.025	.303	.763	.932	1.072
	distribusi risiko perjalanan	-.106	.101	-.087	-1.050	.295	.927	1.079
		.295	.089	.266	3.294	.001	.977	1.024

a. Dependent Variable: Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Dari tabel 4.20 diatas dapat diketahui nilai VIF pada variabel selera konsumen sebesar $1,006 < 10$, nilai VIF pada variabel permintaan barang sebesar $1,072 < 10$, nilai VIF pada variabel distribusi sebesar $1,079 < 10$, dan nilai VIF pada variabel risiko perjalanan sebesar $1,024 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Dengan demikian dapat disimpulkan dari keempat variabel tersebut tidak terjadi masalah multikolineritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil Diagnosa adanya ketidaksamaan heteroskedastisitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai residual masing-masing independen dengan nilai signifikan sebesar 0,5. Berikut tabel yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.21
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.167	4.786		3.796	.000
	selera konsumen	.026	.101	.021	.261	.795
	permintaan barang	.025	.083	.025	.303	.763
	Distribusi	-.106	.101	-.087	-1.050	.295
	risiko perjalanan	.295	.089	.266	3.294	.001

a. Dependent Variable: Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel 4.21 di atas hasil output menunjukkan nilai selera konsumen (X_1) signifikan $0,795 > 0,05$, permintaan barang (X_2) signifikan $0,763 > 0,05$, distribusi (X_3) signifikan $0,295 > 0,05$, dan risiko perjalanan (X_4) signifikan $0,763 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.167	4.786		3.796	.000
	Selera konsumen	.026	.101	.021	.261	.795
	Permintaan barang	.025	.083	.025	.303	.763
	Distribusi	-.106	.101	-.087	-1.050	.295
	Risiko perjalanan	.295	.089	.266	3.294	.001

a. Dependent Variable: Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.22 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Harga

a = 18.167

b₁ = 0,26

b₂ = 0,25

b₃ = -1,06

b₄ = 2,95

X₁ = selera konsumen

X₂ = permintaan barang

X₃ = distribusi

X₄ = risiko perjalanan

e = Tingkat Error, tingkat kesalahan

$$Y = 18,167 + 0,26X_1 + 0,25X_2 + 1,06X_3 + 2,95X_4$$

Bilangan Konstanta mempunyai nilai sebesar 18,167 (positif) menyatakan bahwa jika mengabaikan selera konsumen (X₁), permintaan barang(X₂), distribusi(X₃) dan risiko perjalanan (X₄) maka skor harga (Y) adalah 4,161. Dari persamaan regresi tersebut, maka dapat dinyatakan penjelasan sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai positif sebesar 18,167 menjelaskan bahwa Pasar Induk Jakabaring mengabaikan faktor-faktor yang ada yaitu selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan, maka harga cabai akan menurun sebesar -18,167. Hal ini menandakan bahwa Pasar induk Jakabaring harus memperhatikan selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan untuk mempertahankan harga cabai.
- b. Nilai koefisien regresi selera konsumen sebesar 0,26 memberikan arti bahwa jika selera konsumen mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka harga cabai akan meningkat sebesar 0,26 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.
- c. Nilai koefisien regresi permintaan barang sebesar 0,25 memberikan arti bahwa jika permintaan barang mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka harga cabai akan meningkat sebesar 0,25 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.
- d. Nilai koefisien regresi distribusi sebesar -1,06 memberikan arti bahwa jika distribusi mengalami penurunan 1 (skor) maka harga cabai akan menurun sebesar -1,06 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tidak tetap.
- e. Nilai koefisien regresi risiko perjalanan sebesar 2,95 memberikan arti bahwa jika risiko perjalanan mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka harga cabai akan meningkat sebesar 2,95 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.

3. Uji Hipotesis

a. Uji r (Korelasi)

Uji korelasi berguna untuk melihat kekuatan atau besar hubungan antara dua variabel. Uji korelasi merupakan analisis statistik yang sering digunakan dalam penelitian.⁷⁵ Hasil uji korelasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Korelasi

		Correlations				
		selera konsumen	permintaan barang	distribusi	risiko perjalanan	Harga
selera konsumen	Pearson Correlation	1	-.030	-.045	.046	.036
	Sig. (2-tailed)		.716	.584	.577	.659
	N	150	150	150	150	150
permintaan barang	Pearson Correlation	-.030	1	-.246**	-.104	.018
	Sig. (2-tailed)	.716		.002	.205	.826
	N	150	150	150	150	150
Distribusi	Pearson Correlation	-.045	-.246**	1	.123	-.062
	Sig. (2-tailed)	.584	.002		.134	.455
	N	150	150	150	150	150
risiko perjalanan	Pearson Correlation	.046	-.104	.123	1	.254**
	Sig. (2-tailed)	.577	.205	.134		.002
	N	150	150	150	150	150
Harga	Pearson Correlation	.036	.018	-.062	.254**	1
	Sig. (2-tailed)	.659	.826	.455	.002	

⁷⁵ Sufren dan Yonathan Natanael, *Op.Cit.*, hlm. 69

N	150	150	150	150	150
---	-----	-----	-----	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-

tailed).

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas, yaitu selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap variabel dependen, yaitu harga. Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 4.22 antara variabel selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga dapat diketahui angka *pearson correlation* dan nilai signifikansi dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1) Variabel selera konsumen terhadap harga menunjukkan angka *pearson correlation* sebesar 0,036. Maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel selera konsumen dan harga terjadi korelasi positif, dasar pengambilan keputusannya yaitu nilai signifikansi di bawah 0,05 dan terdapat tanda bintang pada angka *pearson correlation*.
- 2) Variabel permintaan barang terhadap harga menunjukkan angka *pearson correlation* sebesar -0,062. Maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel permintaan barang dan harga terjadi korelasi positif, dasar pengambilan keputusannya yaitu nilai signifikansi di bawah 0,05 dan terdapat tanda bintang pada angka *pearson correlation*.
- 3) Variabel distribusi terhadap harga menunjukkan angka *pearson correlation* sebesar 0,062. Maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel distribusi dan harga terjadi korelasi positif, dasar pengambilan

keputusannya yaitu nilai signifikansi di bawah 0,05 dan terdapat tanda bintang pada angka *pearson correlation*.

4) Variabel risiko perjalanan terhadap harga menunjukkan angka *pearson correlation* sebesar 0,254. Maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel risiko perjalanan dan harga terjadi korelasi positif, dasar pengambilan keputusannya yaitu nilai signifikansi di bawah 0,05 dan terdapat tanda bintang pada angka *pearson correlation*.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi menandakan bahwa semakin baik kemampuan variabel bebas menerangkan variabel terikat. Berikut koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 4.24
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.272 ^a	.074	.049	2.479

a. Predictors: (Constant), selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan

b. Dependent Variable: harga

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Pada tabel 4.24 dapat diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,074 atau 7,4%. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas (selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan) terhadap variabel terikat (harga).

c. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan secara bersama/simultan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.25
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.462	4	17.865	2.906	.024 ^a
	Residual	891.312	145	6.147		
	Total	962.773	149			

a. Predictors: (Constant), selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan

b. Dependent Variable: harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Besarnya nilai F_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$, $df_1 = (k-1)$ atau $(5-1 = 4)$, dan $df_2 = (n-k)$ atau $(150-5 = 145)$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,67. Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai F_{hitung} lebih besar dari $F_{\text{tabel}} > 2,67$. Uji F dikatakan tidak berpengaruh jika nilai F_{hitung} lebih kecil dari $F_{\text{tabel}} < 2,67$ maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.25 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} 2,906 > F_{\text{tabel}} 2,67$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan secara bersama/simultan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang.

d. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel selera konsumen, permintaan barang, distribusi dan risiko perjalanan secara bersama/simultan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.26
Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	18.167	4.786		3.796	.000
	Selera konsumen	.026	.101	.021	.261	.795
	Permintaan barang	.025	.083	.025	.303	.763
	Distribusi	-.106	.101	-.087	-1.050	.295
	Risiko perjalanan	.295	.089	.266	3.294	.001

a. Dependent Variable: harga

Besarnya nilai T_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ atau $(150-5 = 145)$ sehingga diperoleh nilai T_{tabel} sebesar 1,97646. Berdasarkan tabel 4.26 diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh variabel selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang sebagai berikut :

- a. Pengaruh variabel selera konsumen (X_1) secara individu/parsial Terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel selera konsumen (X_1) sebesar = 2,61 terhadap harga (Y) hal ini berarti $t_{hitung} 2,61 > t_{tabel} 1,97646$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan selera konsumen (X_1) terhadap harga (Y).

- b. Pengaruh variabel permintaan barang (X_2) secara individu/parsial Terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel permintaan barang (X_2) sebesar = 3,03 terhadap harga (Y) hal ini berarti $t_{hitung} 3,03 > t_{tabel} 1,97646$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan permintaan barang (X_2) terhadap harga (Y).
- c. Pengaruh variabel distribusi (X_3) secara individu/parsial Terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel distribusi (X_3) sebesar = - 1,050 terhadap harga (Y) hal ini berarti $t_{hitung} -1,050 > t_{tabel} 1,97646$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh negatif dan tidak signifikan distribusi (X_3) terhadap harga (Y).
- d. Pengaruh variabel risiko perjalanan (X_4) secara individu/parsial Terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel risiko perjalanan (X_4) sebesar = 3,294 terhadap harga (Y) hal ini berarti $t_{hitung} 3,294 > t_{tabel} 1,97646$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berarti ada pengaruh positif dan signifikan risiko perjalanan (X_4) terhadap harga (Y).

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Selera Konsumen Terhadap Harga

Selera konsumen adalah kesan yang diperoleh konsumen saat menggunakan atau merasakan suatu produk yang dijual oleh produsen. Selera yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengonsumsi produk yang dibutuhkan. Bila selera konsumen itu sesuai dengan apa yang diproduksi oleh produsen maka terjadi timbal balik yang saling membutuhkan dalam memenuhi kebutuhan .

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa selera konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga secara parsial dengan $T_{hitung} 2,61 > t_{tabel} 1,97646$ dan signifikansi $7,95 < 0,05$, artinya semakin terjangkau cabai akan menyebabkan kestabilan harga cabai. Dengan kata lain, adanya kebijakan harga yang lebih baik akan mampu meningkatkan stabilitas harga cabai . Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga cabai yang ditetapkan pedagang sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Secara teoritik, hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Hanselman (Latmawati), Selera adalah kesan yang diperoleh konsumen saat merasakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Menurutnya, selera konsumen menjadi salah satu faktor penentu bagi seseorang untuk melakukan penggunaan atau pembelian produk dan jasa secara berulang kepada suatu pasar, penjual, atau produsen tertentu. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nathania Palar Dkk/ 2016, judulnya “Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Cabai Rawit di Kota Manado “. Menunjukkan bahwa selera konsumen berpengaruh positif secara parsial terhadap harga.

Hasilnya selera konsumen merupakan faktor yang mempengaruhi penjualan harga cabai karena konsumen mempunyai selera yang berbeda – beda dalam menentukan tingkat pembelian cabai.

2. Pengaruh Permintaan Barang Terhadap Harga

Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mampu dibeli berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama. bahwa jumlah komoditi yang diminta merupakan suatu fungsi dari bergantungnya pada harga komoditi tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditi yang berhubungan (komplementer dan substitusi), dan selera konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga secara parsial dengan

$T_{hitung} 3,03 > t_{tabel} 1,97646$ dan signifikansi $2,95 < 0,05$, artinya bila harga naik maka permintaan terhadap barang akan menurun begitu pun sebaliknya bila harga turun maka permintaan akan naik. Dengan kata lain, adanya kebijakan harga yang lebih baik akan mampu menurunkan harga cabai . Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga cabai yang ditetapkan pedagang atau sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Secara teoritik, hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Gilarso, dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*), yaitu jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu beli berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama.. Menurutny, teori permintaan konsumen mempostulatkan bahwa jumlah komoditi yang diminta merupakan suatu fungsi dari atau bergantung pada harga komoditi tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditi yang berhubungan (komplementer dan substitusi), dan selera konsumen. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chaira Dkk/2014. Judulnya “Analisis Permintaan dan Penawaran Cabai Merah di Provinsi Sumatera Utara“. Menunjukkan bahwa serempak permintaan cabai di Provinsi Sumatera Utara berpengaruh positif terhadap harga cabai secara parsial di berbagai pasar di Kota/ Kabupaten di Sumatera Utara.

Hasilnya kesimpulannya permintaan barang merupakan faktor yang mempengaruhi harga cabai dilihat dari jumlah permintaan yang dibutuhkan

oleh konsumen, pendapatan konsumen, selera dan ketiga ini lah yang menjadi faktor utama dari faktor-faktor lainnya.

3. Pengaruh Distribusi Terhadap Harga

Distribusi adalah sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kekonsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat disalurkan). perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan sejak dari produsen hingga ketangan konsumen.⁷⁶

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa distribusi berpengaruh negatif terhadap harga secara parsial dengan $T_{hitung} -1,050 > t_{tabel} 1,97646$ dan signifikansi $2,95 < 0,05$, artinya bila distribusi tidak berjalan dengan baik atau tidak ada peningkatan maka tidak akan mempengaruhi harga. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga cabai yang ditetapkan bergantung pada berapa lama barang tersebut didistribusikan kekonsumen.

Secara teoritik, hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Tjiptono, saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kekonsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang

⁷⁶ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. (Yogyakarta : Center Of Academic Publishing Service) . hlm. 180.

diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat disalurkan). Menurutnya, Menurut Suhardi Sigit saluran Distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan sejak dari produsen hingga ketangan konsumen.⁷⁷

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Miftah Farid/ 2013, Judulnya “ Tinjauan Terhadap produksi, konsumsi, distribusi, dan dinamika, harga cabai di Indonesia ”. Menunjukkan bahwa distribusi cabai berpengaruh negatif terhadap harga berdasarkan jarak tempuh perjalanan dan kendala saat diperjalanan .

Hasil kesimpulannya distribusi tidak menjadi faktor yang mempengaruhi karena dari segi transportasi bila terhambat oleh kendaraan yan rusak maka solusinya bisa diganti dengan kendaraan lain dan kalau terhambat oleh cuaca maka harus di siapkan sesuatu untuk melindungi cabai dari terpaan cuaca.

4. Pengaruh Risiko Perjalanan Terhadap Harga

Risiko perjalanan adalah suatu antisipasi sebelum kejadian yang tidak diinginkan saat berada diperjalanan yang membawa barang dengan kapasitas berbeda-beda. Dengan kata lain risiko perjalanan adalah ketidakpastian dalam kegiatan yang mungkin melahirkan kerugian dari tempat asal ketempat tujuan.

⁷⁷ Danang Sunyoto., *Perilaku Konsumen dab Pemasaran.* (Yogyakarta : Center Of Academic Publishing Service) . hlm. 180.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa risiko perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga secara parsial dengan $T_{hitung} 3.294 > t_{tabel} 1,97646$ dan signifikansi $0.01 < 0,05$, artinya . Dengan kata lain, adanya kebijakan untuk mengantisipasi terhambatnya distribusi cabai kekonsumen . Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga cabai akan mengalami bergejolak bila distribusinya terhambat.

Secara teoritik, hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Abbas Salim, risiko adalah ketidakpastian yang mungkin melahirkan kerugian. Ketidakpastian ini dapat disebabkan oleh ketidakpastian ekonomi, alam, dan perilaku manusia. Perjalanan adalah kegiatan berpergian meninggalkan suatu tempat kediaman untuk mengunjungi suatu tempat yang menjadi tujuan.⁷⁸ bahwa risiko perjalanan adalah ketidakpastian dalam kegiatan yang mungkin melahirkan kerugian dari tempat asal ketempat tujuan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Agus Salim/ 2016, Judulnya “Analisis Risiko Harga Cabai di Pasar Induk Kramat Jati”.Menunjukkan bahwa proses pendistribusian memiliki risiko yang beragam baik dari cuaca, penyimpanan/pengepakan, dan kondisi kendaraan yang akan menghambat distribusi dan berpengaruh positif terhadap harga jual

⁷⁸Elton, Edwin J. dan Martin J. Grube. 1994. *Modern Portofolio Theory and Investment Analysis Fourth Edition*. Singapore : John Wiley dan Sons.

Hasil kesimpulan risiko perjalanan menjadi faktor yang memengaruhi karena bila dalam pendistribusian terhambat sesuatu atau masalah, maka akan menimbulkan keterlambatan pengiriman yang berakibat kekurangan pasokan cabai dan menimbulkan gejolak harga di pasar yang membuat masyarakat mengeluh kenaikan harga cabai.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Selera konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang secara parsial dengan nilai T_{hitung} 2,61 lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,97646 dan signifikansinya $7,95 < 0,05$.
2. Permintaan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang secara parsial dengan nilai T_{hitung} 3,03 lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,97646 dan signifikansinya $7,63 < 0,05$.
3. Distribusi berpengaruh negatif terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang secara parsial dengan nilai T_{hitung} -1,050 lebih kecil dari nilai T_{tabel} 1,97646 dan signifikansinya $2,95 < 0,05$.
4. Risiko perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang secara parsial dengan nilai T_{hitung} 3,294 lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,97646 dan signifikansinya $0,01 < 0,05$.
5. Selera konsumen, permintaan barang, distribusi, dan risiko perjalanan berpengaruh signifikan terhadap harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang secara simultan dengan nilai F_{hitung} 2,906 lebih besar dari F_{tabel} 2,67 dan signifikansinya $0,24 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan, kesimpulan, dan proses pengumpulan data di lapangan, maka terdapat beberapa hal yang peneliti sarankan kepada objek penelitian dan penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Harga cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang, meskipun risiko perjalanan menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi harga dengan nilai T_{hitung} sebesar 3,796, tetapi beberapa butir pernyataan pada kuesioner menunjukkan skor yang rendah, dan itu menandakan bahwa terdapat kekurangan yang harus segera diperbaiki oleh pihak Pasar Induk Jakabaring Palembang untuk mempertahankan harga cabai. Beberapa butir pernyataan yang menunjukkan skor rendah tersebut berkenaan dengan kebersihan pasar dan tata lapak,. Berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:
 - a. Harus menjaga kebersihan pasar agar para konsumen nyaman saat berbelanja di Pasar Induk Jakabaring dan menambah tempat pembuangan sampah supaya sampah dari pedagang atau konsumen tidak berserakan di jalan pasar.
 - b. Menata lapak dengan baik dari segi sarana dan prasana pasar fasilitas pasar mulai dari tempat penyimpanan cabai, tata letak sayur- masyur dan lain-lain.

2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan para peneliti dalam melakukan penelitian dengan variabel yang lebih dari satu (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai lokasi dan diperbanyak referensi didalam penelitiannya seperti: buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain-lainnya sehingga dapat memperluas ide dalam penelitian dan menarik untuk dibahas dikemudian hari.

Daftar Pustaka

1. Al-Qur'an Nul Karim

2. Buku

Abbas , Salim,. (2000). *ManajemenTransportasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada

Alma, Buchari,. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta. Hal 54.

Aravik, Havis, *Ekonomi Islam*, (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 147.

Alma, Buchari, 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. ALFABETA, Bandung.

Arikunto, “ *Prosedur Penelitian*”. (Jakarta : Rineka Cipta,2013).hlm. 109.

Akbar, Kurnia, Op, Cit. Hlm.45.

Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi & Bisnis (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 57.*

Case, Karl E. dan Ray. C Fair. 2009. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Makro*. Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga.

Darmawi, Herman., 2005. *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara. Jakarta. Hal : 34

Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 259 .

Engel, James F. (1994). *Pengertian Perilaku Konsumen*, dalam buku perilaku konsumen, Edisi 6 : jilid1. Penerbit Binarupa Aksara.

Ebert, Ronal J. Dan Ricky W. Griffin, 2006,” *Bisnis*”, Alih bahasa Rd. Soemarnagara, Jakarta, Penerbit Erlangga

Elton, Edwin J. dan Matin J. Grube. 1994. *Modern Portofolio Theory and Investment Analysis Fourth Edition*. Singapore : John Wiley dan Sons

Fahmi,Irham,. *Manajemen Risiko, Teori, Kasus, dan Solusi*, Alfabeta, Bandung 2011, Hal. 58

- Ferdinand, Agusty T., 2006.,OP cit
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kedua, (Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).
- Gilarso. 2007. *Penghantar Ekonomi Makro*. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta.
- Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345
- J Stanton, William, “ *Fundamental Of Marketing* “, Ed., Tokyo : Mc- Graw Hill Kogakusha, 1994.
- “ *Fundamental Of Marketing*”.(1985 : hlm. 137)
- “ *Prinsip pemasaran*”. (Erlangga, jakarta, 1991). Hal : 5
- ”*Metodologi Penelitian Bisnis*, (UMSU Press: Medan, 2014), hlm. 13.
- Kotler dan Keller. “ *Manajemen Pemasaran*”. Jilid 1(2009). Hlm 6.
- Kotler, Philip.1997. *Manajemen Pemasaran*.edisi bahasa indonesia jilid 1. Jakarta : Prentice Hall.
- Kuncoro,Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013), hlm. 59.
- Muhammad. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta : BPFE- 2004
- Martono, Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 20.
- Narbuko, Choli dan Abu Achmadi, “ *Metode Penelitian*”. (Jakarta : PT. Bumi Aksara).Hlm.76.
- Nazir, Moh., *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.203
- Noor, Ruslan Abdul Ghafur, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar). Hlm.17, 18 dan 19.
- Purbayu Budi Santosa dan Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 257
- Paulus Kurmiawan dan Made Kembar Sri Budhi. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta : Penerbit Andi. Hal 55.

- Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. (Yogyakarta : Center Of Academic Publishing Service) . hlm. 180.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*,(PT. Raja Grafindo Persada) Jakarta : hal 18.
- Shiffman, Leon G, dan Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior, Fifth edition, Prentice- Hall Inc. New Jersey*.Hlm. 67,
- Rustanti, Ninik,. *Ekonomi Pangan dan Gizi*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama). Hlm. 3-5
- Rianto, Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2004), hlm. 29.
- Sufren dan Yonathan Natanael, *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 105
- Sri, Kiswati ,(2010). “ *Studi tentang sikap konsumen atas merek Tolak Angin pada Mahasiswa FE Undip Semarang*. Tesis dipublikasikan Program Studi Magister manajemen program Pasca Sarjana, Undip Semarang.
- Swastha, Basu, *Manajemen Penjualan*, Edisi 3 Cetakan 8, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 247-248
- Soekarwati, Rusinadi, Effi Damaijati. 1993. *Risiko dan Ketidakpastian dalam Agribisnis*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada). Hlm. 76.
- Sadono,Sukirno. 1985. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta :Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI dengan Bima Grafika.
- Sugiarto.dkk “ *Teori Ekonomi Mikro* ”. (Jakarta: PT . Gramdia Pusaka Utama). Hlm. 35
- Soekanto, Soedono, “ *Ilmu Pengantar Ekonomi*”. Edisi 1. (1990). Hlm : 35
- T. Gilarso. 2007. *Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta.
- Yuliadi, Madudin, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (hal 181-182). Sri Wigati dalam jurnal.” *Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam*.

3. Internet

Badan Pusat Statistik Kota Palembang, “*Jumlah Penduduk Kota Palembang 2010-2016*”, <https://palembangkota.bps.go.id>. (diakses, 12 Juli 2018). Jam 09.00.

www.Tasikmalayakab.co.id. “*cabai merah*” (Diakses 12 Juli 2018) Jam 11.00.

Badan Pusat Statistik Jenderal Hortikultural, <http://Farming.id.com/2015/09/11/>. (diakses pada 05 Juni 2018. Jam 10.00.

Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan [http:// ekonomi.kompas.com/13/05/2018..](http://ekonomi.kompas.com/13/05/2018..) (Di akses 12 Juli 2018) . jam 14.00.

Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan, *out put tabel dinamis*<http://sumsel.bps.go.id/14/10.2017/>. (diakses 05 juni 2018) Jam 08.30.

4. Jurnal

W, Adioya, W. Jurnal tentang “*faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen unruk membeli kentang, bawang merah, dan cabai merah*”. J.Hort. Vol. 2 no.3, tahun 2011

Hardiyanti, Siti, dkk. Jurnal Tentang “*Efisiensi Produksi dan Pendapatan Usahatani Cabai Merah Di Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur*”. JIIA, Vo. 2. No.2, April 2014

Latmawati, Yulna Dewita Hia, dan Rika Verawati .” *Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen Terhadap Pembelian ulang beras sipulau di Kerojongn 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*”. Jurnal Wiga Vol. 4 maret 2014.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH SELERA KONSUMEN, PERMINTAAN BARANG,
DISTRIBUSI, DAN RISIKO PERJALANAN TERHADAP HARGA CABAI
DIPASAR INDUK PALEMBANG**

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i Konsumen *Pasar Induk Jakabaring* Palembang

Assalammu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Kami memahami sepenuhnya bahwa waktu Anda sangat berharga dan terbatas. Namun demikian kami sangat mengharapkan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini diadakan dalam rangka mendukung penyusunan Skripsi yang merupakan syarat kelulusan Program S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana “Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang”. Kuesioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, kerahasiaan data Bapak/Ibu/Saudara/i akan tetap terjaga.

Bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan hal yang sangat penting dan berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Mochammad Satrya Wijaya

Identitas Responden

Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban yang sebenar-benarnya pada beberapa pertanyaan di bawah ini dengan tanda centang (✓) di salah satu pilihan yang sesuai dan untuk pertanyaan dari 1-12 dicentang oleh konsumen dan 13-30 dicentang oleh pedagang dijawab oleh konsumen.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Jenis Kelamin :

Pria

Wanita

2. Usia :

20-30 tahun

50-60 tahun

30-40 tahun

40-50 tahun

3. Pekerjaan :

Distributor

Mahasiswa

Pedagang

Ibu Rumah Tangga

Industri Kuliner

Lain-lain, tuliskan

4. Preferensi Responden Tentang SELERA KONSUMEN, PERMINTAAN BARANG, DISTRIBUSI, DAN RISIKO PERJALANAN.

No.	Selera Konsumen	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berkesan berbelanja cabai dipasar Induk Jakabaring karena cabainya segar dan pelayanannya bagus.					
2.	Saya sangat senang berbelanja di Pasar Induk Jakabaring tempatnya bersih dan nyaman.					
3.	Saya mengiling cabai sebagai bumbu masakan dirumah makan					
4.	Saya mengolah bahan baku dari cabai menjadi produk saos yang sering digunakan sebagai campuran makanan mie dan bakso.					
5.	Saya membeli cabai keriting untuk dibuat menjadi sambal makanan					
6.	Saya memilih cabai hijau karena ukuranya pas dijadikan abon cabai					

No.	Permintaan barang	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
7.	Saya membutuhkan 10 kg cabai untuk usaha rumah makan dengan harga cabai relatif stabil					
8.	Saya mencari cabai yang kualitasnya baik untuk campuran cuka pempek dengan harga standar					
9.	Cabai merah yang saya beli diolah kembali menjadi produk ekonomis dengan pendapatan yang lumayan					
10.	saya membeli cabai dan dijual kembali dengan pendapatan relatif baik.					
11	Saya memesan 50 kg cabai dari pedagang sebagai persediaan untuk dijual kembali					
12	Saya membutuhkan 2 kg cabai sebagai stok dirumah					

No.	Distribusi	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
13.	Cabai yang saya beli diangkut setiap hari dengan motor roda tiga					
14.	Saya menggunakan mobil pick up saat membawa cabai dengan jumlah banyak					
15.	Pedagang mengirim komoditi cabai yang saya pesan untuk menambah persediaan cabai dirumah					
16.	Saya menyimpan cabai yang telah dikirim distributor untuk keperluan masak sehari-hari					
17.	Saya memesan cabai dari pedagang dengan jumlah banyak dengan waktu pengiriman dua jam dari kota ke desa					
18.	Cabai yang dikirim pedagang ke saya memerlukan waktu tempu satu jam untuk sampai ke rumah saya.					

No.	Risiko Perjalanan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
19.	Saya membawa cabai dengan kapasitas banyak saat diperjalanan mobil mengalami kecelakaan akibat beban berlebihan					
20.	Saya mengirim cabai tidak menutupinya dengan terpal ketika terkena hujan dan sampai ke rumah cabai menjadi basah sehingga mudah sekali membusuk					
21.	Saya mengendarai mobil untuk membawa komoditi cabai tiba-tiba diperjalanan terjadi kerusakan pada mobil yang memerlukan biaya tambahan untuk memperbaikinya					
22.	Cabai yang dikirim ke saya tidak sesuai dengan permintaan sehingga pedagang harus mengganti biaya yg					

	saya keluarkan					
23.	Saya harus teliti dalam menerima pengiriman komoditi cabai dari distributor agar tidak terjadi kesalahan dalam permintaan cabai					
24.	Saya mengecek kembali kondisi cabai yang dikirim dari pedagang agar tahu kualitasnya baik atau buruk					

No.	Harga	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
25.	Saya membeli cabai yang kualitas segar dan bagus dengan harga relatif mahal					
26.	Cabai yang saya beli dari pedagang pada saat sore hari sangat murah dengan kondisi cabe kurang bagus					
27.	Cabai yang kualitas bagus saya olah menjadi produk makanan cepat saji bisa dijual dengan harga tinggi					
28.	Saya membuat manisan cabai dari cabai yang kondisi bagus dapat dijual dipasaran					
29.	Cabai yang harganya murah saya keringkan untuk diambil bijinya lalu dikemas sebagai bibit tanaman cabai					
30.	Saya menggunakan cabai yang harganya standar untuk dijadikan bahan campuran masakan padang					

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
-----------	------	------	------	------	------	------	-------

LAMPIRAN 2
HASIL SKOR KUESIONER

1	4	4	5	4	4	4	25
2	5	4	4	4	4	4	25
3	4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	5	3	4	4	25
5	5	4	4	4	4	5	26
6	5	3	4	4	5	5	26
7	5	5	5	4	4	4	27
8	5	3	5	4	4	4	25
9	4	4	4	5	5	4	26
10	4	3	3	4	4	5	23
11	4	4	4	4	4	4	24
12	3	3	4	4	5	4	23
13	5	3	5	3	4	4	24
14	4	3	5	4	3	5	24
15	3	4	4	5	4	4	24
16	5	3	3	4	4	4	23
17	4	4	4	4	3	3	22
18	5	3	3	5	5	3	24
19	4	3	4	5	4	3	23
20	3	3	3	5	3	3	20
21	4	4	4	3	4	4	23
22	4	5	4	4	4	4	25
23	4	4	4	4	5	4	25
24	3	3	5	4	4	3	22

25	4	4	4	5	4	4	25
26	4	5	4	3	4	4	24
27	4	4	5	5	5	5	28
28	3	4	5	5	5	4	26
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	4	4	5	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	3	3	3	3	4	20
33	4	4	5	5	4	4	26
34	4	3	5	4	4	3	23
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	4	3	4	4	25
37	4	4	4	4	5	4	25
38	5	3	3	5	4	3	23
39	4	3	4	4	5	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	3	4	4	3	3	22
43	4	4	5	5	5	4	27
44	4	4	4	3	4	4	23
45	4	4	4	5	4	4	25
46	5	4	5	4	4	4	26
47	5	3	5	4	5	4	26
48	4	3	5	4	4	4	24

49	4	3	4	4	3	3	21
50	4	4	5	5	5	3	26
51	5	5	3	3	3	3	22
52	3	4	3	3	4	4	21
53	3	3	4	4	4	4	22
54	4	4	5	4	4	5	26
55	3	3	5	4	4	4	23
56	4	4	5	4	4	4	25
57	3	3	5	4	4	4	23
58	4	4	4	5	4	4	25
59	4	5	4	5	4	4	26
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	3	5	5	5	5	26
62	4	4	5	4	4	4	25
63	4	3	4	3	4	3	21
64	4	4	4	5	4	4	25
65	4	3	3	5	4	4	23
66	3	4	4	4	4	4	23
67	4	4	4	4	5	4	25
68	4	3	3	4	4	4	22
69	4	4	4	4	5	5	26
70	4	4	4	4	5	5	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	3	4	3	4	3	21

73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	3	3	3	21
75	4	4	4	4	4	4	24
76	3	3	4	4	3	3	20
77	5	4	4	5	4	5	27
78	4	4	4	4	4	3	23
79	4	4	4	3	3	4	22
80	4	4	5	4	4	4	25
81	4	4	5	4	4	3	24
82	5	4	3	3	3	3	21
83	4	3	4	5	5	3	24
84	3	4	3	3	4	4	21
85	3	3	4	4	3	4	21
86	4	4	3	3	4	4	22
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	5	5	4	4	4	26
89	4	4	4	5	4	4	25
90	4	4	5	4	5	4	26
91	4	4	5	4	5	4	26
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	3	3	3	21
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	5	5	5	5	30
96	4	4	4	4	4	4	24

97	4	3	4	3	4	3	21
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	3	4	2	3	20
100	4	4	5	5	4	4	26
101	4	4	5	3	3	3	22
102	5	5	4	5	5	5	29
103	5	5	5	4	4	4	27
104	4	3	4	4	4	4	23
105	4	4	3	5	4	3	23
106	5	4	4	4	3	5	25
107	4	4	4	4	4	4	24
108	4	4	5	5	4	3	25
109	4	4	5	4	4	4	25
110	3	4	4	5	4	4	24
111	4	4	4	4	5	4	25
112	4	3	3	4	4	4	22
113	4	4	4	5	5	5	27
114	4	4	4	4	5	5	26
115	4	4	5	4	4	4	25
116	4	3	4	3	4	3	21
117	4	4	5	4	4	4	25
118	4	4	4	3	3	3	21
119	4	4	4	5	4	4	25
120	3	5	4	5	3	3	23

121	4	5	5	4	4	4	26
122	4	5	4	4	4	4	25
123	4	4	4	4	4	4	24
124	3	3	5	3	4	3	21
125	4	5	4	4	4	4	25
126	4	5	4	3	4	3	23
127	4	4	4	4	4	4	24
128	4	4	3	3	4	4	22
129	5	5	5	4	4	5	28
130	4	3	4	4	4	4	23
131	4	3	4	4	4	3	22
132	5	4	4	3	5	4	25
133	5	4	4	4	5	4	26
134	5	4	4	4	3	3	23
135	4	4	3	3	4	5	23
136	5	5	5	5	3	3	26
137	3	3	3	3	4	4	20
138	3	3	4	4	3	3	20
139	4	4	4	4	4	4	24
140	5	4	4	5	5	4	27
141	5	4	5	4	5	5	28
142	5	4	4	4	5	4	26
143	5	4	5	4	5	4	27
144	4	5	4	5	4	4	26

145	4	5	4	4	4	3	24
146	4	4	4	4	4	4	24
147	4	5	5	5	5	5	29
148	4	5	4	4	4	4	25
149	4	3	4	3	4	3	21
150	4	4	4	4	4	4	24

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	4	4	5	4	5	4	26
2	5	4	4	5	4	5	27
3	5	4	5	5	5	4	28
4	4	5	5	5	5	3	27
5	4	4	5	4	5	4	26
6	5	5	4	4	3	4	25
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	3	5	4	3	5	24
9	4	4	4	4	3	4	23
10	4	3	5	5	4	5	26
11	3	3	3	4	3	4	20
12	4	4	4	4	3	4	23
13	5	5	5	4	4	4	27
14	4	3	5	5	5	4	26
15	4	4	5	5	4	5	27
16	3	3	4	4	4	4	22
17	4	4	4	4	4	4	24
18	3	3	4	4	4	4	22
19	4	4	5	3	4	3	23

20	3	3	5	4	4	4	23
21	4	4	4	5	4	4	25
22	4	4	5	5	4	4	26
23	5	5	5	5	5	4	29
24	3	3	4	3	4	3	20
25	3	3	5	5	4	3	23
26	3	4	4	5	5	5	26
27	3	3	4	4	4	4	22
28	4	5	5	5	4	5	28
29	3	3	4	4	4	4	22
30	5	5	5	4	4	5	28
31	5	4	5	5	5	4	28
32	3	4	4	4	3	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	3	5	5	3	4	25
35	5	5	5	5	5	3	28
36	4	3	4	4	3	5	23
37	5	5	5	5	5	4	29
38	5	5	5	5	5	4	29
39	3	3	4	3	3	4	20
40	4	3	5	5	5	3	25
41	3	3	4	4	3	3	20
42	3	4	5	3	3	4	22
43	3	3	3	4	5	4	22

44	5	4	4	5	5	4	27
45	3	3	4	4	3	5	22
46	3	3	4	4	3	5	22
47	4	5	5	5	5	4	28
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	4	4	5	25
50	3	3	4	4	3	5	22
51	3	4	4	3	5	3	22
52	3	4	3	3	3	4	20
53	3	4	4	4	4	4	23
54	4	4	5	5	5	4	27
55	4	4	4	3	5	5	25
56	4	4	4	4	5	5	26
57	4	4	3	3	4	4	22
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	3	3	4	4	22
60	5	4	4	4	5	3	25
61	4	4	3	3	5	4	23
62	3	4	4	4	4	5	24
63	4	3	4	4	5	5	25
64	4	4	5	5	5	5	28
65	3	4	3	3	4	3	20
66	4	4	3	3	5	5	24
67	4	3	3	4	4	5	23

68	4	5	3	3	4	4	23
69	4	5	4	5	5	5	28
70	3	4	3	3	4	4	21
71	4	4	5	5	5	4	27
72	4	4	5	4	5	5	27
73	4	4	3	4	4	4	23
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	4	5	3	5	5	25
76	5	4	5	5	5	5	29
77	4	5	4	3	4	4	24
78	4	4	5	5	5	5	28
79	4	5	5	5	5	5	29
80	4	5	3	3	4	3	22
81	4	4	4	3	5	5	25
82	3	4	3	3	4	5	22
83	5	3	4	4	4	4	24
84	3	3	4	4	4	4	22
85	4	5	3	3	5	4	24
86	4	5	4	4	5	4	26
87	4	4	3	3	5	2	21
88	4	3	4	4	5	3	23
89	4	4	5	3	5,0	5	26
90	4	4	3	4	3	4	22
91	4	4	5	3	4	4	24

92	4	4	4	3	4	4	23
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	4	4	5	4	4	26
95	4	4	3	4	5	4	24
96	4	4	5	4	3	4	24
97	4	4	3	3	4	3	21
98	4	4	4	2	3	4	21
99	4	4	3	3	5	4	23
100	4	4	4	3	5	4	24
101	4	4	4	4	4	4	24
102	4	4	4	3	3	3	21
103	4	4	4	4	4	4	24
104	3	3	4	4	3	3	20
105	5	4	4	5	4	5	27
106	4	4	4	4	4	3	23
107	4	4	4	3	3	4	22
108	4	4	5	4	4	4	25
109	4	4	5	4	4	3	24
110	4	4	3	3	3	3	20
111	3	3	4	5	5	3	23
112	5	3	3	3	4	4	22
113	3	3	4	4	3	4	21
114	4	4	3	3	4	4	22
115	4	4	4	4	4	4	24

116	4	5	5	4	4	4	26
117	4	4	5	5	4	4	26
118	4	4	5	4	5	4	26
119	4	4	5	4	5	4	26
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	3	3	3	21
122	4	4	4	4	4	4	24
123	5	5	5	5	5	5	30
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	3	4	3	4	3	21
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	4	3	3	4	3	21
128	4	4	5	5	4	4	26
129	4	4	3	3	3	3	20
130	5	5	5	5	5	5	30
131	5	5	5	4	4	4	27
132	4	4	4	4	4	4	24
133	4	4	3	4	4	3	22
134	4	4	4	4	4	4	24
135	4	4	4	4	4	4	24
136	4	4	4	4	4	4	24
137	2	4	3	4	3	4	20
138	3	4	4	4	4	3	22
139	4	3	4	3	3	4	21

140	4	4	5	3	3	3	22
141	4	4	5	3	3	3	22
142	4	4	4	4	4	4	24
143	4	4	4	4	4	4	24
144	4	4	4	4	3	4	23
145	4	4	4	3	3	3	21
146	4	3	4	4	4	3	22
147	3	4	5	4	3	4	23
148	5	5	5	4	3	4	26
149	5	5	5	4	3	3	25
150	4	4	4	4	4	4	24

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
1	4	3	4	4	3	3	21
2	5	5	4	4	4	4	26
3	4	4	5	3	4	4	24
4	3	4	3	4	5	5	24
5	5	4	3	4	3	3	22
6	5	4	4	4	3	3	23

7	5	4	3	3	3	4	22
8	5	4	5	5	3	3	25
9	4	4	3	5	4	5	25
10	4	4	5	4	3	3	23
11	4	4	4	4	5	5	26
12	5	4	4	4	5	4	26
13	4	4	4	4	3	4	23
14	5	4	5	4	4	4	26
15	5	4	4	4	5	3	25
16	4	3	5	4	5	5	26
17	5	4	5	5	4	3	26
18	4	3	4	4	5	5	25
19	4	4	4	5	5	5	27
20	5	4	5	5	3	3	25
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	4	3	3	3	3	21
23	5	4	4	5	4	4	26
24	4	3	3	5	4	4	23
25	4	4	3	4	3	4	22
26	5	4	3	4	3	4	23
27	5	4	4	4	4	4	25
28	4	3	4	3	3	4	21
29	5	4	3	4	4	4	24
30	5	4	4	4	4	4	25

31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	3	4	4	3	4	3	21
35	4	3	4	4	4	4	23
36	4	3	4	4	4	3	22
37	4	3	4	4	4	4	23
38	4	4	3	3	4	4	22
39	5	4	5	4	4	5	27
40	4	5	4	4	4	4	25
41	4	4	4	4	4	3	23
42	5	4	4	4	5	4	26
43	5	4	4	4	5	4	26
44	5	4	4	4	3	3	23
45	4	4	3	3	4	5	23
46	5	4	5	3	3	3	23
47	3	5	3	3	4	4	22
48	3	4	4	4	3	3	21
49	4	3	4	4	4	4	23
50	5	4	4	5	5	4	27
51	5	4	4	4	5	5	27
52	5	4	4	4	5	4	26
53	5	3	4	4	5	4	25
54	4	4	4	4	4	4	24

55	4	4	4	4	4	3	23
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	3	5	5	5	5	27
58	4	5	4	4	4	4	25
59	4	5	4	3	4	3	23
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	5	4	5	4	26
62	3	4	4	5	4	5	25
63	5	4	5	5	5	4	28
64	5	4	5	5	5	3	27
65	5	4	5	4	5	4	27
66	5	4	5	5	5	4	28
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	5	4	3	5	25
69	4	5	4	4	3	4	24
70	4	5	5	3	4	5	26
71	3	4	3	4	3	4	21
72	4	3	4	4	3	4	22
73	5	5	5	4	4	4	27
74	4	5	5	5	5	4	28
75	4	4	5	5	4	5	27
76	3	4	4	4	4	4	23
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	3	4	4	4	4	22

79	4	4	5	3	4	3	23
80	3	4	5	4	4	4	24
81	4	4	4	5	4	4	25
82	4	4	5	5	4	4	26
83	5	4	5	5	5	4	28
84	3	3	4	3	3	3	19
85	3	4	5	5	4	3	24
86	3	4	4	5	5	5	26
87	3	4	4	4	4	4	23
88	4	3	5	5	4	5	26
89	3	4	4	4	4	4	23
90	5	4	5	4	4	5	27
91	5	4	5	5	5	4	28
92	3	4	4	4	3	4	22
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	4	5	5	3	4	26
95	5	3	5	5	5	3	26
96	4	3	4	4	3	5	23
97	5	3	5	5	5	4	27
98	5	4	5	5	5	4	28
99	3	4	4	3	3	4	21
100	4	5	5	5	5	3	27
101	3	5	4	4	3	3	22
102	3	4	3	3	3	4	20

103	3	4	3	4	5	4	23
104	5	4	4	5	5	4	27
105	3	3	4	4	3	5	22
106	3	4	4	4	3	5	23
107	4	5	5	5	5	4	28
108	5	4	5	5	5	5	29
109	4	3	4	4	4	5	24
110	3	4	4	4	3	5	23
111	3	4	4	3	5	3	22
112	3	5	3	3	3	4	21
113	3	4	4	4	4	4	23
114	4	3	5	5	5	4	26
115	4	4	4	3	5	5	25
116	4	4	4	4	5	5	26
117	4	5	3	3	4	4	23
118	4	5	4	4	4	4	25
119	4	4	3	3	4	4	22
120	5	5	4	4	5	3	26
121	4	4	4	4	4	3	23
122	4	4	4	3	4	5	24
123	4	4	4	4	4	4	24
124	4	4	4	3	3	4	22
125	4	5	4	4	4	3	24
126	3	4	4	4	3	3	21

127	5	4	4	5	4	5	27
128	4	4	4	4	4	3	23
129	4	3	4	3	3	4	21
130	4	4	5	4	4	4	25
131	4	4	5	4	4	4	25
132	4	4	3	3	3	4	21
133	3	4	4	5	5	5	26
134	5	3	3	3	4	5	23
135	3	3	4	4	3	4	21
136	4	5	3	3	4	3	22
137	4	4	4	4	4	4	24
138	4	5	5	4	4	3	25
139	4	4	5	5	4	4	26
140	4	5	5	4	5	3	26
141	4	4	5	4	5	4	26
142	4	4	4	4	4	4	24
143	4	4	4	3	3	4	22
144	4	4	4	4	4	3	23
145	5	3	5	5	5	4	27
146	4	5	4	4	4	3	24
147	4	4	4	3	4	4	23
148	4	4	4	4	4	4	24
149	4	4	3	3	4	5	23
150	4	3	5	5	4	4	25

Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Total
1	4	4	4	4	3	3	22
2	5	3	4	4	4	4	24
3	4	3	5	3	4	4	23
4	3	3	3	4	5	5	23
5	5	3	3	4	3	3	21
6	5	3	4	4	3	3	22
7	5	4	3	3	3	4	22
8	5	3	5	5	3	3	24
9	4	3	3	5	4	5	24
10	4	3	5	4	3	3	22
11	4	5	4	4	5	5	27
12	5	4	4	4	5	4	26
13	4	3	4	4	3	4	22
14	5	5	5	4	4	4	27
15	5	3	4	4	5	3	24
16	4	5	5	4	5	5	28
17	5	4	5	5	4	3	26
18	4	4	4	4	5	5	26
19	4	4	4	5	5	5	27
20	5	3	5	5	3	3	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	4	3	3	3	3	21

23	5	4	4	5	4	4	26
24	4	4	3	5	4	4	24
25	4	4	3	4	3	4	22
26	5	4	3	4	3	4	23
27	5	4	4	4	4	4	25
28	4	5	3	3	2	4	21
29	5	4	3	4	4	4	24
30	5	4	4	4	4	4	25
31	4	3	4	4	4	3	22
32	5	4	4	4	5	4	26
33	5	4	4	4	5	4	26
34	5	4	4	4	3	3	23
35	4	4	3	3	4	5	23
36	5	5	5	3	3	3	24
37	3	3	3	3	4	4	20
38	3	3	4	4	3	3	20
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	4	4	5	5	4	27
41	5	4	4	4	5	5	27
42	5	4	4	4	5	4	26
43	5	4	4	4	5	4	26
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	5	4	4	4	3	24
46	4	4	4	4	4	4	24

47	4	5	5	5	5	5	29
48	4	2	4	4	4	4	22
49	4	3	4	3	4	3	21
50	4	2	4	4	4	4	22
51	4	4	2	3	4	4	21
52	4	4	4	3	4	4	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	4	4	5	4	4	26
55	4	4	3	4	5	4	24
56	4	4	3	4	5	4	24
57	4	4	2	3	4	3	20
58	4	4	4	2	3	4	21
59	4	4	3	3	4	5	23
60	4	4	4	3	5	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	3	3	3	21
63	4	4	4	4	4	4	24
64	3	3	4	4	3	3	20
65	5	4	4	5	4	5	27
66	4	4	4	4	4	3	23
67	4	4	4	3	3	4	22
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	5	4	4	3	24
70	4	4	3	3	3	3	20

71	3	3	4	5	5	3	23
72	5	3	3	3	4	4	22
73	3	3	4	4	3	4	21
74	4	4	3	3	4	4	22
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	5	5	4	4	4	26
77	4	4	5	5	4	4	26
78	4	4	5	4	5	4	26
79	4	4	5	4	5	4	26
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	3	3	3	21
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	3	4	3	4	3	21
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	5	4	3	2	3	21
88	4	4	5	5	4	4	26
89	4	4	3	3	3	3	20
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	4	4	4	27
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	3	4	4	3	22
94	4	4	4	4	4	4	24

95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	2	4	3	4	3	4	20
98	3	4	4	4	4	3	22
99	4	3	4	3	3	4	21
100	4	4	5	3	3	3	22
101	4	4	4	4	4	4	24
102	4	3	4	3	4	3	21
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	3	3	3	21
105	4	4	4	4	4	4	24
106	3	3	4	4	3	3	20
107	5	4	4	5	4	5	27
108	4	4	4	4	4	3	23
109	4	4	4	3	3	4	22
110	4	4	5	4	4	4	25
111	4	4	5	4	4	3	24
112	4	4	3	3	3	3	20
113	3	3	4	5	5	3	23
114	5	3	3	3	4	4	22
115	3	3	4	4	3	4	21
116	4	4	3	3	4	4	22
117	4	4	4	4	4	4	24
118	4	5	5	4	4	4	26

119	4	4	5	5	4	4	26
120	4	4	5	4	5	4	26
121	4	4	5	4	5	4	26
122	4	4	4	4	4	4	24
123	4	4	4	3	3	3	21
124	4	4	4	4	4	4	24
125	5	5	5	5	5	5	30
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	3	4	3	4	3	21
128	4	4	4	4	4	4	24
129	5	4	3	3	4	3	22
130	4	4	5	5	4	4	26
131	4	4	3	3	3	3	20
132	5	5	5	5	5	5	30
133	5	5	5	4	4	4	27
134	4	4	4	4	4	4	24
135	4	4	3	4	4	3	22
136	5	4	4	4	3	3	23
137	4	4	4	4	4	5	25
138	4	4	4	4	4	3	23
139	4	4	4	4	4	4	24
140	3	4	4	4	4	4	23
141	4	4	4	4	5	4	25
142	4	3	3	4	4	4	22

143	4	4	4	4	5	5	26
144	4	4	4	4	5	5	26
145	4	4	4	4	4	4	24
146	4	3	4	3	4	3	21
147	4	4	4	4	4	4	24
148	4	4	4	3	3	3	21
149	4	4	4	4	4	4	24
150	3	3	4	4	3	3	20

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1	3	3	4	5	5	3	23
2	5	3	3	3	4	4	22
3	3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	3	3	4	4	22
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	5	5	4	4	4	26
7	4	4	5	5	4	4	26
8	4	4	5	4	5	4	26
9	4	4	5	4	5	4	26
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	3	3	3	21
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	3	4	3	4	3	21
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	4	3	3	2	3	20
18	4	4	5	5	4	4	26
19	4	4	3	3	3	3	20

20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	4	4	4	27
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	3	4	4	3	22
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	2	4	3	4	3	4	20
28	3	4	4	4	4	3	22
29	4	3	4	3	3	4	21
30	4	4	5	3	3	3	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	3	4	3	4	3	21
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	3	3	3	21
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	3	4	4	3	3	20
37	5	4	4	5	4	5	27
38	4	4	4	4	4	3	23
39	4	4	4	3	3	4	22
40	4	4	5	4	4	4	25
41	4	4	5	4	4	3	24
42	4	4	3	3	3	3	20
43	3	3	4	5	5	3	23

44	5	3	3	3	4	4	22
45	3	3	4	4	3	4	21
46	4	4	3	3	4	4	22
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	5	5	4	4	4	26
49	4	4	5	5	4	4	26
50	4	4	5	4	5	4	26
51	3	3	3	4	3	4	20
52	4	4	4	4	3	4	23
53	5	5	5	4	4	4	27
54	4	3	5	5	5	4	26
55	4	4	5	5	4	5	27
56	3	3	4	4	4	4	22
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	3	4	4	4	4	22
59	4	4	5	3	4	3	23
60	3	3	5	4	4	4	23
61	4	4	4	5	4	4	25
62	4	4	5	5	4	4	26
63	5	5	5	5	5	4	29
64	3	3	4	3	3	3	19
65	3	3	5	5	4	3	23
66	3	4	4	5	5	5	26
67	3	3	4	4	4	4	22

68	4	5	5	5	4	5	28
69	3	3	4	4	4	4	22
70	5	5	5	4	4	5	28
71	5	4	5	5	5	4	28
72	3	4	4	4	3	4	22
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	3	5	5	3	4	25
75	5	5	5	5	5	3	28
76	4	3	4	4	3	5	23
77	5	5	5	5	5	4	29
78	5	5	5	5	5	4	29
79	3	3	4	3	3	4	20
80	4	3	5	5	5	3	25
81	3	3	4	4	3	3	20
82	4	4	3	3	4	5	23
83	3	3	3	4	5	4	22
84	5	4	4	5	5	4	27
85	3	3	4	4	3	5	22
86	3	3	4	4	3	5	22
87	4	5	5	5	5	4	28
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	5	25
90	3	3	4	4	3	5	22
91	3	4	4	3	5	3	22

92	3	4	3	3	3	4	20
93	3	4	4	4	4	4	23
94	4	4	5	5	5	4	27
95	4	4	4	3	5	5	25
96	4	4	4	4	5	5	26
97	4	4	3	3	4	4	22
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	3	3	4	4	22
100	5	4	4	4	5	3	25
101	4	4	4	4	4	4	24
102	4	3	4	3	4	3	21
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	4	3	3	3	21
105	4	4	4	4	4	4	24
106	3	3	4	4	3	3	20
107	5	4	4	5	4	5	27
108	4	4	4	4	4	3	23
109	4	4	4	3	3	4	22
110	4	4	5	4	4	4	25
111	4	4	5	4	4	3	24
112	4	4	3	3	3	3	20
113	3	3	4	5	5	3	23
114	5	3	3	3	4	4	22
115	3	3	4	4	3	4	21

116	4	4	3	3	4	4	22
117	4	4	4	4	4	4	24
118	4	5	5	4	4	4	26
119	4	4	5	5	4	4	26
120	4	4	5	4	5	4	26
121	4	4	5	4	5	4	26
122	4	4	4	4	4	4	24
123	4	4	4	3	3	3	21
124	4	4	4	4	4	4	24
125	5	5	5	5	5	5	30
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	3	4	3	4	3	21
128	4	4	4	4	4	4	24
129	4	4	5	3	4	3	23
130	4	4	5	5	4	4	26
131	4	4	3	3	3	3	20
132	5	5	5	5	5	5	30
133	5	5	5	4	4	4	27
134	4	4	4	4	4	4	24
135	4	4	3	4	4	3	22
136	5	4	4	4	3	3	23
137	4	4	4	4	4	5	25
138	4	4	4	4	4	3	23
139	4	4	4	4	4	4	24

140	3	4	4	4	4	4	23
141	4	4	4	4	5	4	25
142	4	3	3	4	4	4	22
143	4	4	4	4	5	5	26
144	4	4	4	4	5	5	26
145	4	4	4	4	4	4	24
146	4	3	4	3	4	3	21
147	4	4	4	4	4	4	24
148	4	4	4	3	3	3	21
149	4	4	4	4	4	4	24
150	3	3	4	4	3	3	20

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Variabel Selera Konsumen

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	44.13	14.667	.319	.706
x1.2	44.32	14.045	.394	.692
x1.3	44.05	14.072	.409	.691
x1.4	44.16	14.028	.398	.692
x1.5	44.13	13.574	.533	.671
x1.6	44.31	13.693	.524	.674
total_x1	24.10	4.091	1.000	.535

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	7

2. Variabel Permintaan Barang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	44.29	21.873	.564	.717
x2.2	44.29	22.528	.461	.730
x2.3	44.07	21.357	.572	.711
x2.4	44.28	20.861	.630	.701
x2.5	44.15	21.540	.519	.717
x2.6	44.23	22.677	.388	.737
total_x2	24.12	6.402	1.000	.674

3. Variabel Distribusi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	44.48	14.802	.427	.671
x3.2	44.61	16.964	.053	.728
x3.3	44.43	14.516	.521	.657
x3.4	44.53	14.143	.591	.643
x3.5	44.55	13.685	.627	.631
x3.6	44.61	16.172	.172	.713
total_x3	24.29	4.383	1.000	.483

4. Variabel Risiko Perjalanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4.1	43.21	18.997	.356	.734
x4.2	43.47	18.479	.445	.723
x4.3	43.37	18.034	.467	.717
x4.4	43.47	17.633	.577	.703
x4.5	43.42	17.145	.604	.695
x4.6	43.54	17.727	.558	.706
total_x4	23.68	5.279	1.000	.649

5. Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	7

Item-Total Statistics

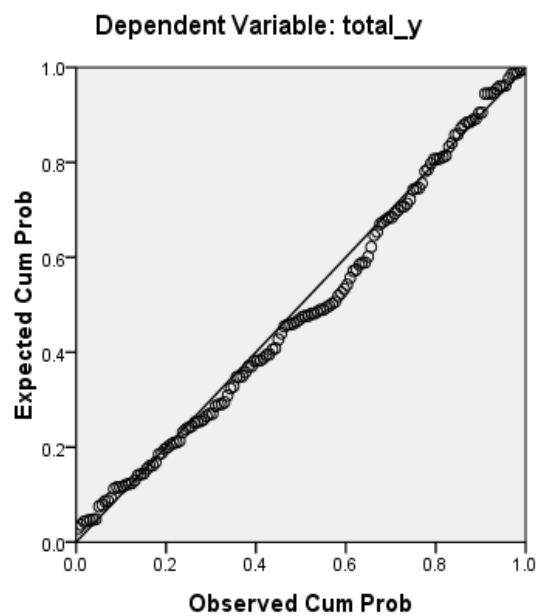
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	43.68	22.434	.514	.743
y2	43.75	22.053	.617	.733
y3	43.47	21.714	.621	.729
y4	43.65	21.398	.645	.725
y5	43.65	21.384	.636	.725
y6	43.75	22.714	.452	.750
total_y	23.81	6.462	1.000	.742

LAMPIRAN 4

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		150
Normal Parameters ^a	Mean	23.8133333
	Std. Deviation	.69253746
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.043
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.611
Asymp. Sig. (2-tailed)		.850

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		150
Normal Parameters ^a	Mean	23.8133333
	Std. Deviation	.69253746
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.043
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.611
Asymp. Sig. (2-tailed)		.850

a. Test distribution is Normal.

2. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga * Selera Konsumen	Between Groups	(Combined) Linearity	52.629	10	5.263	.804	.625
		Deviation from Linearity	1.268	1	1.268	.194	.661
			51.361	9	5.707	.872	.552
	Within Groups		910.145	139	6.548		
	Total		962.773	149			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Harga * Selera Konsumen	.036	.001	.234	.055

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga * Permintaan Barang	Between Groups	(Combined)	58.773	10	5.877	.904	.532
		Linearity	.316	1	.316	.049	.826
		Deviation from Linearity	58.457	9	6.495	.999	.444
	Within Groups		904.000	139	6.504		
	Total		962.773	149			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Harga * Permintaan Barang	.018	.000	.247	.061

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga * Distribusi	Between Groups	(Combined)	62.227	11	5.657	.867	.574
		Linearity	3.644	1	3.644	.558	.456
		Deviation from Linearity	58.582	10	5.858	.898	.537
	Within Groups		900.546	138	6.526		
	Total		962.773	149			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Harga * Distribusi	-.062	.004	.254	.065

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga *	Between	(Combined)	97.524	10	9.752	1.567	.123
Risiko	Groups	Linearity	62.111	1	62.111	9.978	.002
Perjalanan		Deviation from Linearity	35.413	9	3.935	.632	.768
	Within Groups		865.250	139	6.225		
	Total		962.773	149			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Harga * Risiko Perjalanan	.254	.065	.318	.101

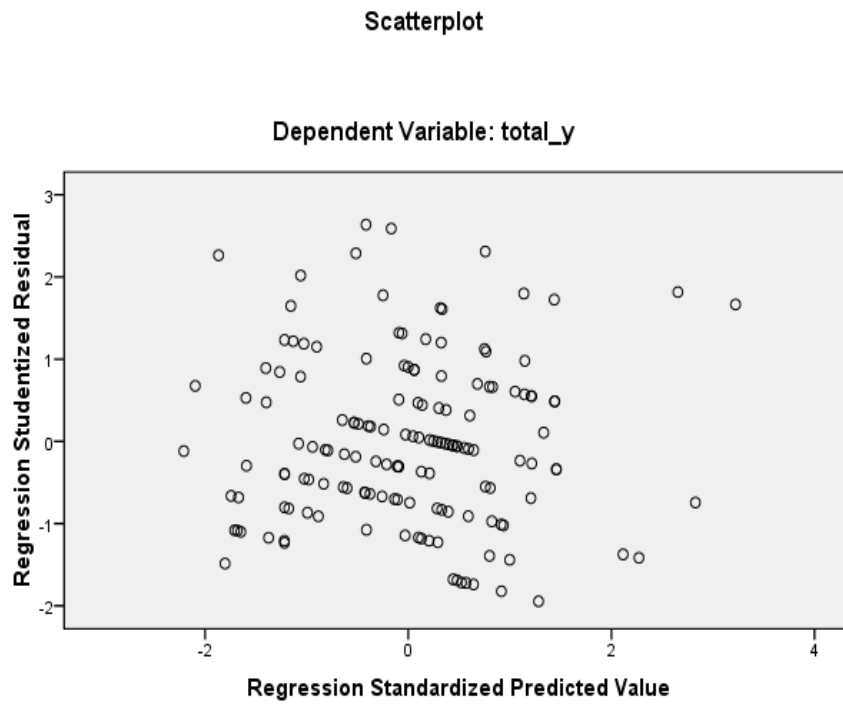
3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.167	4.786		3.796	.000		
	Selera Konsumen	.026	.101	.021	.261	.795	.994	1.006
	Permintaan Barang	.025	.083	.025	.303	.763	.932	1.072
	Distribusi Risiko perjalanan	-.106	.101	-.087	-1.050	.295	.927	1.079
		.295	.089	.266	3.294	.001	.977	1.024

a. Dependent Variable: Harga

4. Uji Heterokedasstisitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.167	4.786		3.796	.000
selera konsumen	.026	.101	.021	.261	.795
permintaan barang	.025	.083	.025	.303	.763
distribusi	-.106	.101	-.087	-1.050	.295
risiko perjalanan	.295	.089	.266	3.294	.001

a. Dependent Variable: Harga

LAMPIRAN 5
ANALISIS REGRESI

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Selera Konsumen Permintaan Barang Distribusi Risiko Perjalanan	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Harga

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.272 ^a	.074	.049	2.479

a. Predictors: (Constant), Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, Risiko Perjalanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.462	4	17.865	2.906	.024 ^a
	Residual	891.312	145	6.147		
	Total	962.773	149			

a. Predictors: (Constant), Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, Risiko Perjalanan

b. Dependent Variable: Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.167	4.786		3.796	.000
	Selera konsumen	.026	.101	.021	.261	.795
	Permintaan barang	.025	.083	.025	.303	.763
	Distribusi Risiko perjalanan	-.106	.101	-.087	-1.050	.295
		.295	.089	.266	3.294	.001

a. Dependent Variable: Harga



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C

Hal : Persetujuan Ujian Skripsi

Kepada Yth,
Ketua Prodi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah
Palembang

Skripsi Berjudul : Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan
Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk
Jakabaring Palembang.

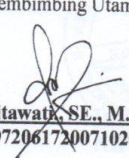
Ditulis Oleh : Mochammad Satrya Wijaya

NIM : 14190172

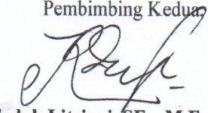
Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munaqosyah* ujian skripsi.

Palembang, 30 Oktober 2018

Pembimbing Utama,


R.A. Ritawati, SE., M.H.I. M.Si
NIP. 197206172007102004

Pembimbing Kedua,


Erdah Litriani, SE., M.Ec., Dev
NIK. 150620121482



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Mochammad Satrya Wijaya

NIM/Jurusan : 14190172/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko
Perjalanan Terhadap Harga Cabai di Pasar Induk Jakabaring Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Desember 2018

Penguji Utama

Fiajdi, M.Ag
NIP.197605252007131005

Penguji Kedua

Abu Bakar Sidik, S.H.I, M.E.Sy
NIP.



Mengetahui
Wakil Dekan I

Dr. Maftukhatulosikhah, M.Ag
NIP.197509282006042001



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Mochammad Satrya Wijaya
NIM : 14190172
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai Di Pasar Induk Jakabaring Palembang
Pembimbing I : RA. Ritawati, SE., M.H.I, M.Si

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
1.	11-07-2018	Perbaikan proposal (judul)	[Signature]
2.	16-07-2018	Perbaikan isi proposal	[Signature]
3.	7-07-2018	Acc Bab I lanjut Bab II	[Signature]
4.	13-08-2018	Perbaikan Bab II	[Signature]
5.	15-08-2018	Acc setelah perbaikan Bab II lanjut Bab II	[Signature]
6.	20-08-2018	Acc Bab III setelah perbaikan lanjut Bab IV	[Signature]
7.	19-09-2018	Perbaikan kuisioner Perbaikan kuisioner lanjut ke Bab IV	[Signature]
8.	25-09-2018		[Signature]
9.	2-10-2018		[Signature]
10.	30-10-2018	Acc Bab IV dan V	[Signature]

— 000 —

lanjut ke sidang Munagasyah 20/10/18



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Mochammad Satrya Wijaya
NIM : 14190172
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Selera Konsumen, Prmintaan Barang. Distribusi, dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai Di Pasar Induk Jakabaring Palembang

Pembimbing II : Erdah Litriani, SE.,M.Ec.,Dev

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsulkan	Paraf
1.	10 April 2018	Acc proposal lanjut 1,2,3	
2.	10 Mei 2018	Revisi Bab I (perubahan judul)	
3.	31 Mei 2018	Revisi Bab I	
4.	24 Juni 2018	Acc bab I, Revisi bab II	
5.	7 Juli 2018	Revisi Pengantar dan Bab I	
6.	21 Juli 2018	Revisi tabel indikator	
7.	21 Agustus 2018	Acc Revisi Bab II Acc Bab III	
8.	1 November 2018	Acc Bab IV	
9.	1 November 2018	Acc Bab V	
10.	1 November 2018	Acc Uraian Mendasar	

BIODATA PENULIS

Nama : Mochammad Satrya Wijaya

Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 09 Mei 1996

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia (WNI)

Alamat : Jl. Lumpur 1 No. 518 Rt. 56, Rw.21 Kel. Sialang,
Kec. Sako Perumnas Sako Kenten, Palembang,
Sumatera Selatan

Nama Ayah : Sulistiono

Nama Ibu : Helmi Yettri

No. Handphone : 0821-7682-1196

E-mail : satryawijaya9000@gmail.com

Riwayat Pendidikan : 1. SD Negeri 118 Palembang (2008)
2. SMP YPI Tunas Bangsa Palembang (2011)
3. SMA YPI Tunas Bangsa Palembang (2014)
4. UIN Raden Fatah Palembang (2018)

Riwayat Organisasi : 1. Komunitas Generasi Remaja Cemerlang
(KGRC)
2. Lembaga Dakwah Kampus REFAH
3. Pusat Kajian Ekonomi Islam (Pakies)

4. Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT)