

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Volume Pembelian Cabe Merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci

¹Asmaida dan ²Iqwan Aldo Putra

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

²Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

Jl.Slamet Riyadi Broni Jambi. 36122. Telp. 0741-60103

¹e-mail korespondensi : asmaida@unbari.ac.id

Abstract. *The research was carried out at the Sulak Market, Kayu Aro District, Kerinci Regency, with the aim of describing consumer decisions in purchasing red chilies at the Sulak Market, Kayu Aro District, Kerinci Regency and analyzing the factors that influence consumers in purchasing volume of red chilies. Sampling in this study was using accidental sampling technique with 35 respondents. The data collected includes primary data and secondary data with cross section data types. The results showed that consumer behavior in Kayu Aro District, namely that the average consumer has a spicy taste, therefore consumers always buy red chilies and make preparations because consumers feel happy if red chilies are always available at home. In addition, consumers also think that they are less appetizing if they eat without chili sauce, which is a processed product from red chilies. From the results of this study, it was obtained that consumer behavior towards decisions in purchasing red chilies at Sulak Market, Kayu Aro District, seen from the variable price, number of family dependents, and consumer tastes, they decided to keep buying red chilies. Consumers will feel satisfied if they consume red chili and if it is always available. The results of statistical tests using multiple linear regression, simultaneously (the price of red chilies, the price of substitute goods or cayenne pepper, the number of family members and consumer tastes) have a real influence on consumer decisions in purchasing red chilies at Sulak Market, Kayu Aro District, Kerinci Regency. Partially test there are three factors that significantly affect consumer decisions in buying red chili, namely the price of red chili, the number of family members and consumer tastes while the price of cayenne pepper has no effect. The coefficient of determination for these three factors is 75.2%, which means that these three factors as independent variables are able to explain consumer decisions in purchasing red chilies as dependent variables and around 24.8% cannot be explained by the model but explained by other factors. those models.*

Keywords : Red Chili, Decision Factors, Consumers

Abstrak. Penelitian dilaksanakan Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci, dengan tujuan mendeskripsikan keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam volume pembelian cabe merah tersebut. Metode penelitian menggunakan metode *survey*, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah responden 35 orang. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder dengan jenis data *cross section*. Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumen di Kecamatan Kayu Aro yaitu rata-rata konsumen adalah berselera pedas, maka dari itu konsumen selalu membeli cabe merah dan mengadakan persiapan karena konsumen merasa senang jika cabe merah selalu tersedia di rumah. Selain itu konsumen juga beranggapan bahwa kurang berselera jika makan tanpa sambal yang merupakan produk olahan dari cabe merah. Dari hasil penelitian diperoleh perilaku konsumen terhadap keputusan dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro, dilihat dari variabel harga, jumlah tanggungan keluarga, dan selera konsumen memutuskan tetap membeli cabe merah. Konsumen akan merasa puas kalau mengonsumsi cabe merah dan jika selalu tersedia. Hasil pengujian statistik dengan menggunakan regresi linear berganda, secara simultan (harga cabe merah, harga barang substitusi atau cabe rawit, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen) memberikan pengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Uji secara parsial ada tiga faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah yaitu harga cabe merah, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen sedangkan faktor harga cabe rawit tidak berpengaruh. Koefisien determinasi untuk ketiga faktor tersebut sebesar 75,2% yang berarti bahwa ketiga faktor tersebut sebagai variabel bebas mampu menjelaskan keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah sebagai variabel tidak bebas dan sekitar 24,8% tidak dapat dijelaskan oleh model tetapi dijelaskan oleh faktor lain di luar model tersebut.

Kata kunci : Cabe Merah, Faktor Keputusan, Konsumen

PENDAHULUAN

Provinsi Jambi merupakan salah satu penyumbang produksi cabe merah nasional namun tidak sebanyak di Pulau Jawa. Dimana produksi cabe merah di Provinsi Jambi tahun 2021 sebesar 399 240 ton, dimana mengalami peningkatan sebesar 81,86% dibandingkan pada tahun 2020. Peningkatan produksi tersebut disebabkan meningkatnya luas panen sebesar 5.048 hektar atau sebesar 47%. Sentra produksi cabe merah terbesar Propinsi Jambi terdapat di Kabupaten Kerinci, yang terkonsentrasi di beberapa wilayah saja, salah satunya di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro (BPS Provinsi Jambi, 2020).

Cabe (*Capsicum annum Linnaeus*) merupakan tanaman yang berasal dari Amerika tropik seperti Meksiko, Bolivia, Peru, dan Guatemala. Negara - negara tersebut memiliki iklim yang tidak jauh berbeda dengan Indonesia. Cabe sudah dimanfaatkan sejak 7000 SM oleh suku Indian sebagai bumbu masakan. Bagi suku Indian, cabe merupakan jenis tumbuhan yang sangat dihargai dan menempati urutan kedua setelah jagung dan ubi kayu (Pratama *et al*, 2017).

Cabe merah (*Capsicum annum*) adalah satu dari berbagai jenis komoditas hortikultura yang memiliki nilai permintaan tinggi dan berpengaruh besar terhadap dinamika perokoniman nasional (Direktorat Jendral Hortikultura, 2016). Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dan dibutuhkan sebagai tambahan bumbu masakan, dan merupakan sumber vitamin C (Dermawan, 2010). Ciri dari cabe merah yaitu memiliki tekstur permukaan yang bergelombang dan memiliki rasa yang pedas dan aroma yang khas, sehingga bagi orang-orang maupun konsumen tertentu dapat membangkitkan selera makan. Kebutuhan akan cabe merah diasumsikan akan terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri makanan yang membutuhkan bahan baku cabe. Hal ini menyebabkan komoditi ini menjadi komoditi yang paling sering menjadi pembicaraan di seluruh lapisan masyarakat karena harganya dapat melambung sangat tinggi pada saat-saat tertentu.

Harga merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menjadi perhatian pada saat cabe merah mengalami kenaikan harga yang sangat tinggi. Pembeli adalah salah satu pelaku pasar yang akan mengalami dampak pada kenaikan harga cabe merah yang tinggi. Dari sudut pandang pembeli, harga sering digunakan sebagai indikator nilai yang dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa. Dimana nilai dari cabe merah bagi konsumen adalah tinggi, karena cabe merupakan kebutuhan olahan sehari-hari pada makanan, sehingga ketika komoditi tersebut mengalami kenaikan harga yang sangat tinggi, konsumen akan mengalami banyak pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam membeli cabe merah tersebut.

Menurut Noor (2011) konsumen adalah faktor penting dalam dunia ekonomi. Sifat dasar konsumen adalah memuaskan kepentingan (kebutuhan atau need dan keinginan atau wants) konsumennya. Selanjutnya sifat dasar konsumen tentu akan mempengaruhi pada perilakunya, perilaku konsumen akan berpengaruh pada aktivitas perekonomian. Perilaku konsumen adalah hal terpenting yang perlu diketahui oleh pelaku ekonomi khususnya produsen. Bagi para produsen perilaku konsumen dapat dijadikan sebagai bahan penyusunan strategi usahanya.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, apalagi jika mengingat perilaku dari setiap individu dalam proses pembelian adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami keputusan konsumen dalam mencapai tujuan. Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi masyarakat untuk mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan pembelian. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam permintaan terhadap suatu barang dapat berupa harga dari barang itu sendiri, harga barang lain (barang substitusi), jumlah anggota keluarga, dan selera. Selanjutnya dalam proses pembelian cabe merah juga sangat berkaitan faktor-faktor pertimbangannya antara lain lokasi pembelian, harga produk, kualitas produk, gaya hidup serta sikap masyarakat terhadap produk tersebut (Saodah dan Malia, 2017).

Memahami perilaku konsumen penting sekali bagi pengusaha, pemasar, maupun biro iklan. Pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa konsumen melakukan keputusan pembeliannya akan dapat membantu pasar untuk membuat keputusan-keputusan yang tepat dalam menentukan strategi pemasarannya. Hal ini disebabkan karena pada umumnya konsumen bersikap selektif terhadap suatu produk yang dipasarkan, ini berarti tidak semua produk yang dipasarkan produsen, akan diterima atau menimbulkan respon untuk membelinya. Perilaku konsumen tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembeliannya.

Menurut Philip Kotler (2001) untuk menganalisa pembelian konsumen ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah berkaitan dengan pembeli, faktor yang berkaitan dengan peroduk, faktor yang berkaitan dengan situasi penjualan, faktor yang berkaitan dengan situasi kultur. Masing-masing faktor tersebut memberi dampak yang berbeda pada tiap-tiap konsumen. Oleh karena itu kejelian pemasar disini dituntut untuk dapat mengidentifikasi faktor pembelian atas produk yang dipasarkan.

Bertitik tolak dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Volume Pembelian Cabe Merah (*Capsicum Annum L*) Di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci”, dengan tujuan mendeskripsikan keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam volume pembelian cabe merah tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Silalahi, U. 2010, bahwa *survei* adalah suatu usaha untuk mendapatkan dan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber. Berdasarkan sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Dalam hal ini adalah konsumen cabe merah sebagai sumber data primer, dengan teknik

pengumpulan data secara observasi, wawancara dan pengisian kuisioner yang terpola dan terstruktur sesuai kebutuhan akan data yang mengacu pada judul penelitian. Sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur dan instansi-instansi yang terkait dalam judul penelitian ini. Berdasarkan jenis data yang digunakan berdasarkan waktunya adalah menggunakan jenis data *cross section* dengan skala ukur jenis data rasio.

Nawawi (2012) mengatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek dalam penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuhan, peristiwa, gejala maupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Berdasarkan uraian tersebut maka yang populasi pada penelitian ini yang akan dijadikan sebagai sampel adalah konsumen yang sedang membeli cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang membeli cabe merah sesuai jumlah yang sudah ditetapkan, yaitu konsumen yang tetap datang setiap minggu berbelanja cabe di Pasar Sulak tersebut. Baley (2014), menyatakan penelitian yang akan menggunakan data statistik untuk dianalisis, ukuran sampel yang digunakan paling sedikit adalah 30 sampel, dengan syarat dimana ukuran dari suatu populasi tersebut tidak diketahui dan diasumsikan bahwa populasi memiliki distribusi normal. Berdasarkan hal tersebut jadi dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 35 orang.

Untuk mendeskripsikan keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah, data dianalisis menggunakan *analisis deskriptif*. Menurut Sugiono (2012) *analisis deskriptif* adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh dari beberapa faktor terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci dianalisis secara regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS 22.

Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) yang dihubungkan/dijelaskan oleh lebih dari satu variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n), dengan bentuk model sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 D4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : volume pembelian cabe merah oleh konsumen per minggu ((Kg)

a : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_4$: Koefisien Regresi

X_1 : Harga Cabe Merah (Rp/Kg)

X_2 : Harga Barang Substitusi yaitu cabe rawit (Rp/Kg)

X_3 : Jumlah Anggota Keluarga (orang/KK)

D4 : Selera (D=1 untuk selera pedas, D=0 untuk selera manis)

e : Error term

Selanjutnya untuk menguji seberapa besar variasi terikat dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas digunakan rumus R^2 sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\sum y_i x_i}{\sum y_i^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

b_i = parameter variabel bebas ke-i

y_i = variabel terikat ke-i

x_i = variabel bebas ke -i

$\sum y_i^2$ = jumlah kuadrat variabel terikat ke-i

Nilai R^2 mempunyai nilai 0-1. Makin besar R^2 (mendekati 1) maka hasil estimasi akan semakin mendekati sebenarnya.

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat (Hasan,2006) metode yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil dengan formula :

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

Dengan bentuk hipotesis statistik : $H_0 : b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$
 $H_a : b_0 \neq b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$

Dengan pernyataan hipotesis operasionalnya adalah :

H_0 : Secara bersama-sama harga cabe merah, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga dan selera, tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah.

H_1 : Secara bersama-sama harga cabe merah, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga dan selera, berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah.

Untuk mengambil keputusan, maka nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dimana kaidah keputusannya adalah jika :

$F_{hitung} > F_{\alpha} (k) (n-k-1)$, tolak H_0 atau terima H_a

$F_{hitung} \leq F_{\alpha} (k) (n-k-1)$, terima H_0 atau tolak H_a

Selanjutnya pengujian terhadap masing-masing parameter ditunjukkan untuk mengetahui apakah masing-masing variable bebas (independent variabel = X_i) secara individu berpengaruh terhadap variabel tidak bebas (dependent variabel = Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t_{hitung} pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ dengan rumus (Hasan Iqbal,2006):

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Dimana:

t_{hitung} = Nilai dari t hitung

b_i = koefisien regresi variabel bebas ke - i

S_e = Standar deviasi koefisien regresike - i

Hipotesis statistic : $H_0 : \beta_i \leq 0$

$H_a : \beta_i > 0$

Hipotesis operasional yang diajukan :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga cabe merah, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga dan selera secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah.

H_a : Terdapat pengaruh harga cabe merah, harga barang substitusi, jumlah anggota keluarga dan selera secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah.

Untuk mengetahui keputusan nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} dimana kaidah pengambilan keputusannya adalah :

jika $|t_{hitung}| \leq t_{\alpha/2} (n-k-1)$ terima H_0 atau tolak H_a

jika $|t_{hitung}| > t_{\alpha/2} (n-k-1)$ tolak H_0 atau terima H_a

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Gambaran Umum dan Karakteristik Responden

Konsumen cabe merah (responden) di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci memiliki karakteristik yang berbeda-beda seperti perbedaan umur, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Karakteristik responden akan membantu menggambarkan kondisi perilaku konsumen dalam mengambil suatu keputusan dalam pembelian cabe merah. Jumlah konsumen yang terpilih menjadi responden adalah sebanyak 35 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden Konsumen Cabe Merah Di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro.

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Umur (tahun)		
	30-33	7	20
	34-37	17	48,6
	38-41	5	14,3
	42-45	2	5,7
	46-49	0	0

	50-53	4	11,4
	Total	35	100
2	Tingkat Pendidikan		
	D3	6	17
	S1	29	83
	Total	35	100
3	Jenis Pekerjaan		
	Guru	22	63
	Kantor Camat	1	2,8
	Tenaga Administrasi	8	23
	Sopir	3	8,4
	Mekanik	1	2,8
	Total	35	100

Sumber : Olahan Data Primer, 2022.

Faktor umur Tingkat umur berpengaruh terhadap tingkat kemampuan seseorang dalam menerima dan melaksanakan suatu kegiatan, selain itu tingkat umur juga berpengaruh terhadap kemampuan berpikir seseorang dalam mengambil keputusan (Tohir, 1983). Berdasarkan Tabel 1 umur diketahui bahwa responden mayoritas berada pada interval umur 34-37 tahun sebanyak 17 orang (48,6%) sedangkan rentang umur terkecil berada interval 42-45 tahun sebanyak 2 orang (5,7%). Rata-rata umur responden (Konsumen Cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci) adalah 37 tahun. Artinya responden bila dilihat dari usia kebanyakan masih dalam umur yang sangat produktif.

Pendidikan merupakan salah satu bentuk sumberdaya manusia yang terpenting. Tingkat pendidikan responden diukur melalui tingkat pendidikan formal yang pernah ditempuh diantaranya SD, SLTP, SLTA, dan D3/S1. Tingkat pendidikan seseorang baik formal maupun non formal akan mencerminkan tingkat kecerdasan dan keterampilan seseorang yang digunakan sebagai tolak ukur kemampuan seseorang tersebut dalam mengambil suatu keputusan untuk menentukan jumlah pembelian cabe merah untuk konsumsi rumah tangga berdasarkan harga suatu barang, jumlah anggota keluarga dan selera. Secara individual tingkat pendidikan dapat mencerminkan status sosial dan kualitas seseorang (Hernanto, 1989). Hasil yang diperoleh diketahui pendidikan yang ditempuh. pendidikan terakhirnya S1 lebih mendominasi yaitu sebanyak 29 orang (83%) dari jumlah keseluruhan sedangkan sisanya sebanyak 6 orang (17%) berpendidikan D3. Tingkat Pendidikan yang ditempuh oleh responden diduga dapat menentukan prilakunya terhadap keputusan dalam pembelian cabe merah berdasarkan harga cabe merah, harga cabe rawit, jumlah keluarga, dan selera pada saat konsumen akan membeli. Sumardi, dkk (1997), berpendapat salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui kualitas sumber daya manusia adalah tingkat pendidikan.

Pekerjaan adalah jenis perbuatan atau kegiatan untuk memperoleh imbalan atau upah sehingga pekerjaan dapat juga disebut mata pencaharian. Responden yang berbelanja dipasar Sulak mayoritas bekerja sebagai guru yaitu sebanyak 22 orang (63%) dan selebihnya bekerja pegawai kantoran (tenaga administrasi), sopir dan mekanik.

2. Gambaran Harga Cabe Merah, Harga Barang Substitusi, Jumlah Tanggungan Keluarga, Selera Konsumen dan Jumlah Pembelian Cabe Merah

Kabupaten Kerinci adalah salah satu daerah sentra tanaman cabe merah dan sebagai pemasok cabe merah di Provinsi Jambi, sehingga harga cabe merah di daerah Kerinci relative lebih murah, namun karena adanya pergiliran tanam maka tidak semua petani menanam cabe merah pada waktu yang sama sehingga menciptakan fluktuasi harga. Hasil dari penelitian menunjukkan kisaran harga cabe merah di Pasar Sulak berkisar antara Rp.30.000/kg - Rp.50.000/kg, dengan harga rata-rata harga Rp.30.667/kg. Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa mayoritas atau 18 orang (52%) responden membeli cabe merah pada kisaran harga Rp.44.000-47.400/kg.

Cabe rawit adalah sebagai komoditi pengganti, jika harga cabe merah naik. Hasil dari penelitian menunjukkan kisaran harga cabe rawit di Pasar Sulak berkisar antara Rp.20.000/kg - Rp.60.000/kg, dengan harga rata-rata harga Rp.38.571/kg. Keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah mayoritas membeli pada kisaran harga 50.000 - 55.900 rupiah/kg yaitu sebanyak 14 orang (40%).

Jumlah orang yang menjadi tanggungan dan tinggal bersama dengan kepala keluarga adalah didefinisikan sebagai jumlah anggota keluarga (Iriani dan Nugrahani, 2017). Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata responden di Pasar Sulak memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 orang. Banyak sedikitnya anggota keluarga menentukan jumlah tanggungan keluarga. Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan responden dalam pembelian suatu barang dalam hal ini adalah cabe merah. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin banyak kebutuhan yang akan dipenuhi oleh kepala keluarga.

Selera adalah keinginan konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan. Adapun kategori selera responden berdasarkan variabel selera terhadap keputusan dalam pembelian cabe merah, mayoritas responden memiliki selera

pedas yaitu sebanyak 28 orang (80%). Dilihat dari perilaku konsumen dalam hal jenis selera, responden mempunyai kepuasan dan kesenangan pada saat mengkonsumsi cabe merah, bila dibandingkan dengan tingkat kepedasan cabe rawit, cabe merah memiliki tingkat kepedasan dibawah cabe rawit.

Volume pembelian cabe merah adalah jumlah cabe yang di minta atau dibeli dan dikonsumsi responden untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan keluarga.. Adapun jumlah volume pembelian cabe merah oleh responden di Pasar Sulak dapat dilihat pada Tabel 2 menunjukkan bahwa kisaran responden melakukan pembelian volume cabe merah di Pasar Sulak berkisar antara 2-7 Kg perbulan dengan rata-rata volume sebanyak 3,9 Kg. Banyak sedikitnya anggota keluarga menentukan jumlah cabe merah yang dibeli adalah berdasarkan perubahan harga cabe merah, jumlah keluarga dan selera.

Tabel 2. Harga Cabe Merah, Harga Barang Substitusi, Pendapatan, Selera dan Volume Pembelian Cabe Merah Di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro.

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Harga Cabe Merah (Rp/Kg)		
	30.000 - 33.499	7	20
	33.500 - 36.999	2	5,5
	37.000 - 40.499	7	20
	40.500 - 43.999	0	0
	44.000 - 47.499	1	2,5
	47.500 - 50.999	18	52
	Total	35	100
2	Harga Cabe Rawit (Rp/Kg)		
	20.000 - 25.900	4	11,5
	26.000 - 31.900	13	37,1
	32.000 - 37.900	0	0
	38.000 - 43.900	2	5,7
	44.000 - 49.900	2	5,7
	50.000 - 55.900	14	40
	Total	35	100
3	Tingkat Pendapatan (Rp/Bln)		
	2.000.000-3.000.000	8	23
	3.100.000-4.000.000	13	37
	4.100.000-5.000.000	4	11,4
	5.100.000-6.000.000	4	11,4
	6.100.000-7.000.000	1	3
	7.100.000-8.000.000	5	14,2
	Total	35	100
4	Jumlah Anggota Keluarga (Org)		
	2	13	37,2
	3	18	51,4
	4	0	0
	5	4	11,4
	6	0	0
	7	0	0
	Total	35	100
5	Selera Responden		
	Pedas	28	80
	Manis	7	20
	Total	35	100
6	Volume Pembelian Cabe (Kg/Bln)		
	2	8	22,86
	3	7	20,00
	4	7	20,00
	5	8	22,86
	6	3	8,57
	7	2	5,71
	Total	35	100

Sumber : Olahan Data Primer, 2022

3. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cabe Merah Di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian disekitar lingkungan dimana manusia melakukan keputusan dalam menentukan sesuatu dalam kehidupan mereka (Peter J. Paul dan Jerry C. Olson, 2000 dalam Hermawan B, 2014). Berdasarkan variabel perilaku konsumen di Pasar Sulak yaitu keputusan berdasarkan kemampuan anggaran konsumen dalam membeli cabe merah dari pendapatan rata-rata Rp. 4.657.143 maka konsumen mampu membeli cabe merah, begitu juga dengan jenis selera konsumen yang akan mendapatkan tingkat kepuasan tinggi kalau mengkonsumsi cabe merah. Berdasarkan hal ini maka konsumen selalu membeli cabe merah jika persediaan dirumah sudah habis karena konsumen merasa senang jika cabe merah selalu tersedia di rumah. Adapun rata-rata pembelian cabe merah responden perbulan sebesar 3,9 kg. Selain itu konsumen juga beranggapan bahwa kurang berselera jika makan tanpa sambal yang merupakan produk olahan dari cabe merah.

4. Hasil Uji Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabe merah di Kecamatan Kayu Aro

A. Hasil Uji Asumsi Klasik

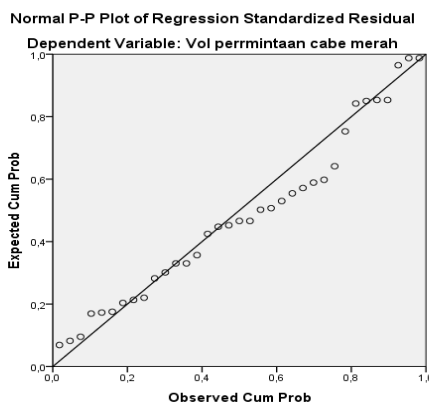
Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Santoso, 2000). Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa apabila asumsi normalitas tidak terpenuhi maka baik uji F ataupun uji-t, dan nilai estimasi nilai variabel dependen menjadi tidak valid. Untuk mendekati normalitas pada model regresi yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal plot. Adapun kriteria penentuan normalitas dalam data statistik yaitu :

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk menganalisis ada tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot pada Gambar

Pada Gambar 1 di bawah terlihat titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti garis tersebut. Dasi hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Gambar Grafik Normal P-Plot

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah salah satu bagian dalam uji asumsi klasik dimana uji multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan antar variabel independen dengan variabel independen lainnya. Apabila hal ini terjadi, maka terjadi masalah multikolinearitas sebab model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya.

Gejala multikolinearitas di antara variabel-variabel independen dalam model regresi dapat dideteksi dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* dalam model tersebut. Nilai VIF yang menunjukkan angka lebih kecil dari 10 menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas pada model regresi atau tidak memiliki kemiripan antar variabel dalam suatu model. Sedangkan nilai *tolerance* mempunyai nilai $>0,01$. Adapun hasil analisis data uji multikolinearitas adalah seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas dengan menggunakan Nilai VIF

Variabel	Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Harga Cabe merah (X1)	0,767	1,304	Tidak terjadi Multikolinearitas
Harga cabe rawit (X2)	0,800	1,250	Tidak terjadi Multikolinearitas
jumlah keluarga (X3)	0,943	1,061	Tidak terjadi Multikolinearitas
Selera (D4)	0,970	1,031	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2022

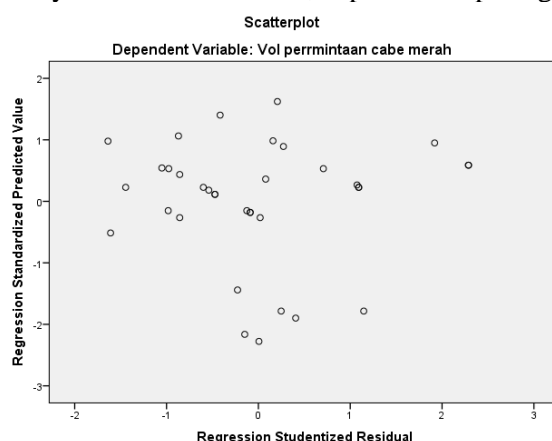
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun apabila berbeda maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik histogram antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Adapun dasar pengambilan keputusan dilakukan sebagai berikut :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menganalisis ada tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilihat pada grafik scatterplot di Gambar 2.



Gambar 2. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan keterangan pada Gambar 2 diatas, dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini disebabkan karena tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

B. Hasil Estimasi Persamaan Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil uji regresi menggunakan SPSS 24 seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisi Regresi Linear Berganda

Variabel	Coefficients ^a		
	B	t value	Sig.
(Constant)	1,358	1,720	0,096
Harga Cabe merah (X1)	-0,03100	-2,053	0,049
Harga cabe rawit (X2)	0,004223	0,363	0,719
jumlah keluarga (X3)	0,281	2,359	0,025
Selera (D4)	1,492	5,658	0,000

a. Dependent Variable: jumlah permintaan cabe merah (kg)

Dari hasil regresi tersebut dapat interpresentasikan sebagai berikut :

$$Y = a - \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 \text{Dummy}$$

$$Y = 1,358 - 0.03100X_1 + 0,004223X_2 + 0.281X_3 + 1,492D$$

C. Analisis koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011). Melalui koefisien determinasi dapat diketahui sejauh mana variabel independen mampu mengetahui variabel dependen. Semakin mendekati 1 atau 100% semakin besar pengaruh variabel dependen.

Tabel 5. Model Summary^b

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,789 ^a	0,623	0,572	0,61480	1,957

a. Predictors: (Constant), Selera, jumlah keluarga, Harga cabe rawit, Harga Cabe merah

b. Dependent Variable: Vol permintaan cabe merah

Sumber : Olahan Data Primer menggunakan SPSS, 2022

Tabel 5 diatas diperoleh nilai Adjusted R^2 variabel harga cabe merah, harga cabe rawit, jumlah anggota keluarga, dan selera secara bersama-sama mempunyai kontribusi terhadap permintaan cabe merah sebesar 0.572 atau 57.2%. Hal ini menunjukkan pengaruh harga cabe merah, harga cabe rawit, jumlah anggota keluarga, dan selera terhadap permintaan cabe merah sebesar 57.2%, sedangkan 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk pengujian terhadap variabel-variabel independen secara bersama-sama yang dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui signifikan atau tidak berpengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5%.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,703	4	4,676	12,371	0,000 ^b
	Residual	11,339	30	,378		
	Total	30,043	34			

a. Dependent Variable: Vol permintaan cabe merah

b. Predictors: (Constant), Selera, jumlah keluarga, Harga cabe rawit, Harga Cabe merah

Sumber : Olahan Data Primer menggunakan SPSS, 2022

Hasil uji simultan yang ditunjukkan oleh tabel ANOVA di atas diketahui bahwa diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 12,371, sedangkan nilai F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95 % ($\alpha = 0,05$) dengan nilai $df N1 = 4$ dan $df N2 = 35$ maka nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,64. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} (12,371) > F_{tabel} (2,64)$, maka H_0 ditolak atau terima H_a . artinya bahwa secara bersama-sama dari semua variabel independen (harga cabe merah, harga barang substitusi yaitu cabe rawit, jumlah anggota keluarga dan selera) berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan dalam pembelian jumlah cabe merah). Sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0.000 < 0.05$, artinya harga cabe merah, harga cabe rawit, jumlah anggota keluarga dan selera berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui besarnya signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial), dengan menganggap variabel lain bersifat konstanta. Pengambilan keputusannya dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika nilai $Sig < \alpha$ maka H_0 ditolak

b. Jika nilai $Sig > \alpha$ maka H_0 diterima.

Table 7. Hasil Uji Parsial

Variabel	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1,358	0,790	1,720	0,096
Harga Cabe merah	-0,03100	0,000	-2,053	0,049
Harga cabe rawit	0,004223	0,000	0,363	0,719
Jumlah keluarga	0,281	0,119	2,359	0,025
Selera	1,492	0,264	5,658	0,000

Sumber : Olahan Data Primer menggunakan SPSS, 2022

1. Pengaruh Harga Cabe Merah Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Cabe Merah

Berdasarkan hasil analisis model keputusan responden dalam pembelian cabe merah di Pasar Ulak Kecamatan Kayu Aro yang ditunjukkan oleh Tabel 5 maka dapat terlihat nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas. Nilai koefisien ini akan menentukan nilai variabel jika terjadi perubahan. Nilai koefisien variabel harga cabe merah di Tabel 4 bernilai negatif sebesar -0,03100, tanda negatif ini dapat diartikan memiliki hubungan yang berlawanan antara harga cabe merah dengan jumlah pembelian cabe merah yang diminta. Dengan kata lain apabila ada kenaikan harga cabe merah sebesar Rp.1/kg maka akan terjadi penurunan terhadap jumlah pembelian cabe merah yang diminta sebesar 0,03100 kg/bln.

Nilai t-hitung yang dihasilkan sebesar $|-2,053|$ bila dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1.98525, dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.049 dibandingkan dengan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($|-2,053| > 1.98525$) dan $Sig < 0.05$ ($0.049 < 0.05$) maka dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis penelitian H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel harga cabe merah berpengaruh nyata terhadap pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro pada taraf $\alpha=5\%$.

Nilai t hitung variabel harga cabe merah menjelaskan bahwa harga cabe merah berpengaruh nyata terhadap pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro namun nilai koefisien regresi variabel harga cabe merah menjelaskan bahwa variabel harga cabe merah mempunyai hubungan terbalik dengan variabel jumlah pembelian cabe merah. Dalam teorinya harga barang itu sendiri merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan naik atau turunnya permintaan suatu barang. Sama seperti halnya dengan permintaan cabe merah di Pasar Sula Kecamatan Kayu Aro.

2. Pengaruh Harga Cabe Rawit Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Cabe Merah

Pada Tabel 4 juga terlihat nilai koefisien regresi dari variabel harga cabe rawit bernilai positif sebesar 0,004223. Hasil penelitian menunjukkan variabel harga cabe rawit tidak berpengaruh terhadap pembelian jumlah cabe merah.

Hasil model pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro pada Tabel 16 menunjukkan nilai t hitung yang dihasilkan sebesar 0,363 yang kemudiandibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,98525, dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.719 kemudian dibandingkan juga dengan batas tingkat kesalahan sebesar 0.05. Dengan kata lain $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,363 < 1.98525$) dan $Sig > 0.05$ ($0.719 > 0.05$), maka dapat disimpulkan berdasarkan hasil hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya variabel harga cabe rawit tidak berpengaruh nyata terhadap pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro pada taraf $\alpha=5\%$.

Nilai t_{hitung} variabel harga cabe rawit menyatakan bahwa harga cabe rawit tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro. Ketika harga cabe merah mengalami kenaikan dan lebih mahal dibandingkan dengan harga cabe rawit diduga responden di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro tetap memilih untuk membeli cabe merah karena naiknya harga cabe merah selalu diiringi dengan kenaikan harga cabe rawit, dengan demikian responden berperilaku lebih cenderung tetap membeli cabe merah dibanding cabe rawit.

3. Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Cabe Merah

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4 diketahui nilai koefisien variabel jumlah anggota keluarga keluarga dihasilkan bernilai positif sebesar 0,281. Tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antar jumlah anggota keluarga dengan jumlah cabe merah yang dibeli. Dengan kata lain apabila ada penambahan jumlah anggota dalam satu keluarga maka akan meningkatkan pula jumlah cabe merah yang diminta sebesar 0.281 kg/bln.

Nilai t hitung yang dihasilkan sebesar 2.359 dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1.98525, dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.025 dibandingkan dengan batas tingkat kesalahan sebesar 0.05. Dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,359 > 1.98525$) dan $Sig < 0.05$ ($0.025 < 0.05$) maka dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis penelitian H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro pada taraf $\alpha=5\%$.

Nilai t hitung variabel jumlah anggota keluarga menjelaskan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro. Pertambahan jumlah anggota keluarga yang diringi dengan peningkatan daya beli responden rumah tangga akan meningkatkan kebutuhan cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro dalam satu keluarga. Apabila jumlah anggota dalam satu keluarga bertambah 1 orang maka akan meningkatkan pembelian cabe merah sebesar 3.276 kg/bln.

Responden rumah tangga di Kecamatan Kayu Aro membeli cabe merah sesuai dengan kebutuhan konsumsi sehari-hari dalam satu keluarga. Berdasarkan data yang ditemukan terlihat ada perbedaan kebutuhan konsumsi cabe merah antara responden yang memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 orang dengan responden yang memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 5 orang. Dalam hal ini berlaku untuk anggota keluarga yang mengkonsumsi cabe merah di Pasar sulak Kecamatan Kayu Aro.

4. Pengaruh Selera Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Cabe Merah

Berdasarkan hasil model keputusan dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro, pada Tabel 4 dapat diketahui besarnya pengaruh variabel selera secara signifikan atau tidaknya dapat kita lihat dengan mengetahui nilai t hitung yang didapatkan dari hasil analisis regresi menunjukkan koefisien estimasi dummy selera memiliki nilai 1,492 dengan nilai probabilitas α sebesar 0.000, artinya selera pedas secara signifikan ($\alpha=0.05$) tingkat pembeliannya konsumen terhadap cabe merah keriting perbulan 1,492 kg lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang berselera manis.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan variabel perilaku konsumen terhadap keputusan dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro, dilihat dari variabel harga, jumlah tanggungan keluarga, dan selera konsumen memutuskan tetap membeli cabe merah. Konsumen akan merasa puas kalau mengonsumsi cabe merah dan jika persediaan cabe merah dirumah sudah habis mereka akan tetap membeli agar cabe merah selalu tersedia di rumah. Selain itu konsumen juga beranggapan bahwa kurang berselera jika makan tanpa sambal yang merupakan produk olahan dari cabe merah.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik dengan menggunakan regresi linear berganda, secara simultan (harga cabe merah, harga barang substitusi atau cabe rawit, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen) memberikan pengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. Uji secara parsial ada tiga faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah yaitu harga cabe merah, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen sedangkan faktor harga cabe rawit tidak berpengaruh. Koefisien determinasi untuk ketiga faktor tersebut sebesar 75,2% yang berarti bahwa ketiga faktor tersebut sebagai variabel bebas mampu menjelaskan keputusan konsumen dalam pembelian cabe merah sebagai variabel tidak bebas dan sekitar 24,8% tidak dapat dijelaskan oleh model tetapi dijelaskan oleh faktor lain di luar model tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dan Keputusan untuk Membeli Kentang, Bawang Merah dan Cabe Merah. *J. Hort.* 21(3):280-294, 2011.
- Bailey BJ, Johnson JT, Head and Neck Surgery-Otolaryngology. 5th ed. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins; 2014:2530-40.
- Bilson, Simamora. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- BPS Banyumas. 2015. Outlook Cabe. Statistik Tanaman Hortikultura. Banyumas.
- Djarwaningsih, T. 2005. Review: *Capsicum* spp. (Cabe): Asal, Persebaran dan Nilai Ekonomi. LIPI. Bogor. 292-296.
- Essen, E, V, Eglander, M. 2013. Organic Food as a Healthy Lifestyle: A Phenomenological Psychological Analysis. *Intl. J. Qual. Stud. Health Well-being.* 8:1-10.
- Ferdinand, Agusty T. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Edisi II. BP Undip, Semarang.
- Gable, Robert K. 1986. Instrumen Development In The Affective Domain. Kluwer-Nijhoff Publishing, Boston.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gloria Matital, Wedelmina B. Perera. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Sagu. *Agrilan Jurnal Agribisnis Kepulauan.* Vol.1 No.3. 68-80.
- Hermawan B. 2014. Analisis Pengaruh Faktor Harga, Selera, Prestise dan Kualitas terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Sebuah produk. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta. https://repository.usd.ac.id/14955/2/092214009_full.pdf
- Ikasari dkk. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Organik. *Jurnal Teknologi Pertanian* Vol.17 No.1. 69-78.

- Iriani, D dan P. Nugrahani. 2017. Karakteristik Petani Sayuran Periurban Kota Surabaya. Prossiding Seminar Nasional Tahunan Matematika, Sains dan Teknologi.
- J, Peter. P., & et al. 2000. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga, Jakarta.
- Jyoti Rana dan Justin Paul. 2017. Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services* 38 (2017) 157–165.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium 2 Terjemahan Hendra Teguh dkk. Prenhallindo, Jakarta. 2002. Manajemen Pemasaran. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997. Principle Of Marketing. Sevent Edition. Prentice-Hall, New Jersey. Lamb, Charles. W. et al.
- Marliah, A et. al. 2011. Pertumbuhan dan Hasil Beberapa Varietas Cabe Merah pada Media Tumbuh yang Berbeda. Prodi Agroteknologi, Universitas Syiah Kuala. Aceh.
- Nawawi, Hadari. 2012. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nurlelawati, N., A. Jannah. dan Nimih. 2010. Respon Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Cabe Merah (*Capsicum annum* L.) Varietas Prabu Terhadap Berbagai Dosis Pupuk Pospat Dan Bokasi Jerami Limbah Jamur Merang. *Jurnal Agrika*. 4 (1) : 9-20.
- Rachmawati R., Made R.D., dan N. L. Suriani. 2012. Pengaruh Suhu dan Lama Penyimpanan Terhadap Kandungan Vitamin C pada Cabe Rawit Putih (*Capsicum Frutescens*). *Jurnal Biologi*. 8(2): 36-40.
- Silalahi, Ulber. 2010. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif'. ALFABETA, Bandung.