

**ANALISIS PERBANDINGAN PERMINTAAN BUAH  
BUAHAN DI PASAR MODERN (*HYPERMART*) DAN  
PASAR TRADISIONAL (*PASAR SENTRAL*) DI KOTA  
GORONTALO**

**OLEH**

**KHOIRUL HASYIM ASYARI  
P2216048**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna mempeoleh gelar sarjana**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

# ANALISIS PERBANDINGAN PERMINTAAN BUAH-BUAHAN DI PASAR MODERN (*HYPERMART*) DAN PASAR TRADISIONAL (*PASAR SENTRAL*) DI KOTA GORONTALO

Oleh

KHOIRUL HASYIM ASYARI  
P2216048

### SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar sarjana  
dan telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal  
11 Juni 2020

#### PEMBIMBING I



Ulfira Ashari, SP., M.Si  
NIDN. 0906088901

#### PEMBIMBING II



Darmiati Dahir, SP., M.Si  
NIDN. 0918088601

## HALAMAN PERSETUJUAN

### ANALISIS PERBANDINGAN PERMINTAAN BUAH-BUAHAN DI PASAR MODERN (*HYPERMART*) DAN PASAR TRADISIONAL (*PASAR SENTRAL*) DI KOTA GORONTALO

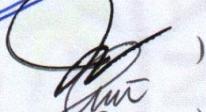
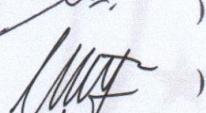
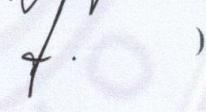
Oleh

KHOIRUL HASYIM ASYARI

P2216048

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)  
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Dr. Zainal Abidin, SP., M.Si
2. Zulham, S.TP.,M.Od, Ph.D
3. Syamsir, S.P, M.Si
4. Ulfira Ashari, SP, M.Si
5. Darmiati Dahar, SP., M.Si

(  )  
(  )  
(  )  
(  )  
(  )

Mengetahui :



Dr. Zainal Abidin, SP., M.Si

NIDN: 0919116403



NIDN : 0918088601

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi lainnya.

Gorontalo, 15 April 2020

Yang membuat pernyataan



Khoirul Hasyim Asyari  
P2216048

## ABSTRAK

**KHOIRUL HASYIM ASYARI.** P2216048. Analisis Perbandingan Permintaan Buah-Buahan Di Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Di Kota Gorontalo. Dibimbing oleh **ULFIRA ASHARI** dan **DARMIATI DAHAR.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen membeli buah di pasar tradisional dan di pasar modern di kota Gorontalo dan untuk menganalisa perbandingan permintaan komoditas buah di pasar tradisional dan pasar modern. Metode pengumpulan data dengan metode observasi dilokasi penelitian, pengambilan sampel dengan metode accidental sampling dengan jumlah 100 konsumen, 50 untuk pasar modern dan 50 untuk pasar tradisional, metode analisis data menggunakan SPSS 16. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai maret 2020. Faktor faktor yang mempengaruhi permintaan buah-buahan di pasar modern dan pasar tradisional meliputi faktor pendapatan, faktor umur, faktor jumlah tanggungan, faktor harga, faktor pelayanan, dan faktor kualitas. Berdasarkan dari hasil penelitian dipasar modern dan pasar tradisional, setelah dilakuakn uji regresi linear berganda secara serempak variabel pendapatan, jumlah tanggungan, umur, harga, pelayanan dan kualitas berpengaruh nyata terhadap permintaan buah-buahan. Hasil penelitian perbandingan permintaan dipasar modern dan pasar tradisional dengan menggunakan uji-t, didapatkan bahwa ada perbedaan yang signifikan terhadap permintaan buah-buahan yakni sebesar 0.007 hasil ini menandakan bahwa hasil berada pada dibawah tingkat signifikansi ( $\alpha=0.05$ ). Hasil perbandingan permintaan buah-buahan menunjukan bahwa pasar modern lebih banyak permintaan daripada pasar tradisional, dengan mengacu pada nilai mean pasar modern sebesar 10.5 dan pasar modern sebesar 7.68. pasar modern lebih tinggi permintaan karena faktor kualitas buah, pelayanan dan fasilitas, sarana dan prasarana yang lebih baik daripada pasar tradisional serta faktor penunjang lainnya. Sedangkan kelebihan pasar tradisional yaitu harga buah yang relatif lebih murah serta banyaknya penjual buah konsumen bisa memilih kualitas dan harga yang terbaik.

**Kata kunci : Permintaan buah, pasar tradisional, pasar modern.**

## **MOTTO DAN PEMBAHASAN**

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."  
(Q.S Al Baqarah ayat 286.)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah  
kesulitan itu ada kemudahan."  
(Q.S Asy Syarh ayat 5-6).

"Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar".  
(Q.S.Al-Baqarah Ayat 153)

Pengorbanan dan ketulusan serta doa yang engkau panjatkan memnujukan betapa  
besarnya kasih sayangmu yang begitu indah untukku dan maafkanlah bila saya  
belum menjadi yang apa ayah ibu harapkan, Tapi saya akan buktikan tidak akan  
membiarkan hal itu sia-sia. Saya akan melakukan yang terbaik yang saya bisa  
lakukan untuk membuat kalian bangga. Skripsi ini kupersembahkan untuk  
kepadamu wahai ayah ibu yang kucintai. Serta terimakasih kepada Almamaterku  
tercinta yang sudah memberi pelajaran yang berharga bagiku dan segenap dosen  
yang membimbing serta mengajari bagaimana suatu proses yang bersejarah untuk  
masa depan saya nantinya.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, karena berkat Rahmat, Hidayah, serta Inayah-Nya penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Perbandingan Permintaan Buah-Buahan Di Pasar Modern dan Di Pasar Tradisional Di Kota Gorontalo”. Tak lupa sholawat serta salam mari kita curahkan kepada nabi Muhammad SAW karena beliaulah suri tauladan dalam beraklhakul karimah dan serta kepada para sahabatnya dan InsyaAllah curahan Rahmat tersebut akan sampai kepada kita semua selaku umatnya yang hingga saat ini masih istiqomah mengikuti ajaran-ajaran beliau.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Muhamad Ichsan Gaffar, SE., M.AK selaku Ketua Yayasan Pengembangan IPTEK (YPIPT) Ichsan Gorontalo.
2. Bapak Dr. Abdul Gaffar Latjoke, M.Si. Selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
3. Dr. Zainal Abidin, SP, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Darmiati Dahar, SP., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Ichsan Gorontalo sekaligus pembimbing II yang telah memotivasi dan membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Ulfira Ashari, SP, M.Si selaku pembimbing I yang telah memotivasi dan membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang telah membimbing dan mendidik penulis selama satu studi di Kampus ini.
7. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang, motivasi dan do'a yang tiada hentinya sampai masa studi ini selesai.
8. Teman-teman Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang tidak dapat saya sebutkan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun guna terlaksananya kesempurnaan skripsi ini yang bisa bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Gorontalo, 11 Juni 2020

Penulis

Khoirul Hasyim Asyari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Teori Permintaan .....	8
2.1.1. Elastisitas Permintaan .....	8
2.2. Pola Permintaan Konsumen .....	9
2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemintaan buah dalam pembelian .....	11
2.3.1. Keputusan dalam pembelian.....	11
2.3.2. Jenis Buah .....	12

2.3.3. Harga.....	12
2.3.4. Kualitas Buah.....	13
<b>2.4. Karakteristik Sosial Ekonomi Konsumen .....</b>	<b>13</b>
2.4.1. Umur .....	13
2.4.2. Pendapatan.....	13
2.4.3. Jumlah Tanggungan.....	14
2.4.4. Pendidikan .....	14
<b>2.5. Konsep Pasar .....</b>	<b>14</b>
2.5.2. Pasar Modern .....	18
2.6. Penelitian Terdahulu.....	20
2.7. Kerangka Pemikiran .....	21
2.8. Hipotesis Penelitian.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	25
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5. Metode Analisis Data .....	27
3.6 Definisi Operasional.....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	30
4.1.2. Karakteristik Hypermart Gorontalo Mall .....	31

4.1.3. Karakteristik Pasar Tradisional.....	31
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>32</b>
4.2.1. Analisis Karakteristik responden .....	32
4.2.2. Analisis Permintaan Konsumen Dalam Membeli Buah Di Pasar Modern Dan Pasar Tradisional .....	39
4.3.1. Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	46
4.3.2. Uji serempak (Uji F-Stastistik) .....	47
4.3.3. Uji Parsial ( Uji t-stastistik) .....	48
4.3.4. Uji Independent Sample t test .....	50
4.4. Pembahasan.....	52
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2.Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Produksi Buah-buahan di Provinsi Gorontalo Tahun 2015-2017 .....	2
2.	Responden Menurut Kelompok Jenis Kelamin di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	32
3.	Responden Menurut Kelompok Umur di Kota Gorontalo Tahun 2020.....	33
4.	Responden Menurut Pekerjaan di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	35
5.	Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	36
6.	Responden Menurut Jumlah Tanggungan di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	37
7.	Responden Menurut Pendapatan di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	38
8.	Permintaan Buah Berdsarkan Jenis Buah di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	40
9.	Jumlah Pembelian Buah Dalam Sebulan di Kota Gorontalo Tahun 2020.....	41
10.	Jumlah Pembelian Buah Dalam Sekali Beli di Kota Gorontalo Tahun 2020/	42
11.	Pengaruh Pembelian Konsumen di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	43
12.	Keputusan Pembelian Buah di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	45
13.	Koefesien di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	46
14.	Hasil Uji F di Kota Gorontalo Tahun 2020.....	47
15.	Hasil Uji t-Stastistik Pasar Modern di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	48
16.	Hasil uji t-Stastistik Pasar Tradisional di Kota Gorontalo Tahun 2020.....	49
17.	Rata-Rata Permintaan Buah Di Kota Gorontalo Tahun 2020.....	50
18.	Hasil Uji-t test Permintaan Buah Di Kota Gorontalo Tahun 2020 .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1. Kuisisioner Penelitian .....	.....	64
2. Tabulasi Data Hasil Penelitian .....	.....	69
3. Hasil SPSS .....	.....	70
4. Dokumentasi Penelitian .....	.....	77

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pertanian dalam artian sebagai suatu sistem agribisnis yang merupakan sektor potensial dalam perekonomian saat ini maupun di masa yang akan datang dan akan tetap memegang peranan penting dalam pemasukan khas devisa, sumber pendapatan, pemberi lapangan pekerjaan dan usaha utama sebagian besar penduduk, dan sektor yang menghasilkan komoditas unggulan yang mampu bersaing secara global dan salah satunya adalah komoditas buah-buahan. Dalam aspek tenaga kerja. Sektor pertanian masih menjadi sektor potensi untuk menyumbang dan menyediakan lapangan tenaga kerja bagi masyarakat Gorontalo.

Dari data BPS, (2017), jumlah penduduk bekerja dari umur 15 keatas berjumlah 524.316 jiwa. Sektor pertanian menyerap pekerjaan sebanyak 173. 899 jiwa (33,17 persen). Sektor jasa kemasyarakatan 21,21 persen, industri menyerap 7,95 persen, perdaganagnan 18,91 persen, dan sektor lainnya 18,76 persen.

Pada sektor pertanian, agribisnis hortikultura yang meliputi komoditas sayuran, buah-buahan dan tanaman hias serta tanaman obat memiliki peluang besar karena mempunyai nilai ekonomi tinggi. Adapun karakteristik yang dimiliki hortikultura yaitu cepat rusak, memiliki nilai estetika, produksi umumnya musiman, beberapa di antaranya tidak tersedia sepanjang tahun, memerlukan volume yang besar (ruangan yang besar), memiliki daerah menanam yang spesifik (Departemen

Pertanian, 2010). Selain itu buah-buahan menjadi salah satu komoditi yang menjadi primadona di Indonesia buah-buahan. Karena iklim Indonesia yang tropis sepanjang tahun sehingga cocok dengan kondisi yang baik untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman buah-buahan yang beranekaragam.

Seiring dengan meningkatnya tingkat pendidikan, kesejahteraan masyarakat, pola konsumsi kesadaran masyarakat tentang kesehatan, maka masyarakat mulai mengkonsumsi buah-buahan yang tidak mengandung bahan zat kimiawi hal ini menyebabkan pertanian organik mulai diterapkan dengan didukung oleh gerakan *back to nature*. Austin (2002) mengatakan bahwa saat ini buah-buahan menjadi salah satu bahan makanan yang telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia. Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mengandung vitamin, mineral, dan serat.

Tabel 1. Produksi Buah-buahan di Provinsi Gorontalo Tahun 2015-2017

No	Komoditas	Produksi (Kw)		Perkembangan (%)
		2015	2016	
1	Alpukat	203	121	302
2	Duku	11,520	8,556	30,616
3	Durian	30,769	12,974	40,338
4	Jambu Biji	1,116	399	351
5	Jeruk Siam/Keprok	9,393	17,233	78,926
6	Mangga	70,003	42,837	19,340
7	Nangka	11,562	10,781	21,658
8	Nenas	1,939	2,163	4,670
9	Pepaya	11,103	9,240	7,150
10	Pisang	94,135	84,573	110,263
11	Rambutan	1,988	4,392	9,395
12.	Lain-lain	2,227	943	1,807
	JUMLAH	245.958	194,828	324,823
				66,72

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018.

Dari tabel 1 menunjukan bahwa ada kenaikan total produksi tanaman buah-buahan pada tahun 2017 dibandingkan dengan tahun 2016. Ditinjau dari total produksinya tahun 2017 produksi buah-buahan mencapai 324,823 kwintal lebih tinggi produksinya daripada total produksi di tahun 2016 yaitu 194.828 kwintal.

Pada pasar produk pertanian khususnya buahan-buahan perkembangan permintaan semakin pesat dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat dan kesadaran masyarakat akan kesehatan. Permintaan buah berdampak pada perekonomian masyarakat khususnya bagi petani itu sendiri. Semakin pesat permintaan akan buah akan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan pasar. Selama ini, pasar tradisional masih menjadi pilihan bagi konsumen untuk membeli produk buah-buahan dan kini pasar modern hadir dengan pelayanan yang lebih baik dalam menawarkan barang membuat sebagian masyarakat beralih membeli barang di pasar modern, selain itu persaingan harga dan kualitas akan berpengaruh terhadap prefensi konsumen dalam membeli produk. Setiap konsumen mempunyai selera permintaan yang berbeda-beda terhadap produk yang akan dibeli, bagi konsumen yang berpenghasilan tingkat atas akan lebih mempertimbangkan kualitas produk ketimbang harga sedangkan bagi konsumen berpenghasilan menengah kebawah biasanya lebih mempertimbangkan dalam aspek harga daripada kualitas produk itu sendiri.

Sejalan dengan perubahan zaman dalam perkembangan globalisasi yang semakin modern, kini sebagian masyarakat mulai mengubah persepsi dalam memenentukan tempat berbelanja, pasar modern lebih unggul dalam tempat, kebersihan, kenyamanan dalam berbelanja daripada pasar tradisional yang terbilang

masih kurang dalam aspek kebersihan, kenyamanan dan pelayanan, selain itu infrastukstur pasar tradisional masih menjadi masalah yang serius dan hadirnya ritel modern membuat pasar tradisional semakin tersudutkan oleh pesatnya pembangunan pasar modern akan berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional.

Pesatnya perkembangan pasar modern di kota besar dibandingkan pasar tradisional akan berefek pada prefensi masyarakat terhadap pemilihan tempat berbelanja. Faktor sosial ekonomi salah satu indikator yang penting dalam permintaan akan suatu barang, apabila pendapatan konsumen relatif tinggi maka jumlah permintaan akan barang naik dan mengakibatkan prospek yang baik dalam hal jual beli.

Pada dasarnya pasar tradisional masih menjadi tempat atau wadah bagi petani untuk menjual produk nya karena bagi masyarakat pasar tradisional sebagai simbol perekonomian rakyat dan juga tulang punggung perekonomian yang tidak boleh terhegemoni oleh pasar modern yang semakin pesat perkembangannya. Karena pasar tradisional melibatkan jutaan pedagang yang berskala kecil menengah. Dan apabila pasar ini tergerus oleh pasar modern maka sangat berpengaruh pada perekonomian rakyat kecil menengah dan bisa jadi kehilangan mata pencaharianinya.

Pasar tradisional selalu mempunyai peran dalam menjaga stabilitas harga serta menjadi indikator penting dalam memelihara harga pangan nasional, lonjakan harga dan kelangkaan barang akan berdampak pada permintaan itu sendiri, begitupun pada komoditas buah-buahan jika stok buah terbatas persediananya maka

kelangkaan produk akan mengakibatkan suatu harga mengalami kenaikan karena jumlah permintaan suatu produk naik sedangkan ketersediaan barang terbatas dan ini akan memicunya ketidakseimbangan pasar dan lonjakan harga akan mengakibatkan permintaan akan barang produk menurun.

Disisi lain faktor dibukanya pintu globalisasi di Indonesia dengan konsep perdagangan bebas menjadikan peluang persaingan dan tantangan akan semakin lebar. Persaingan dalam dunia pasar juga akan berdampak positif dan menguntungkan bagi konsumen karena faktor persaingan mereka akan memberikan loyalitas tinggi bagi konsumen dan segi pilihan konsumen akan ada banyak pilihan.

Berdasarkan yang sudah diuraikan, maka penulis tertarik untuk menulis dan meneliti proposal yang berjudul Analisis Perbandingan Permintaan Komoditas Buah di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Gorontalo

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam membeli buah di pasar tradisional dan di pasar modern di kota Gorontalo?
2. Bagaimana perbandingan permintaan komoditas buah di pasar tradisional dan pasar modern ?

### **1.3. Tujuan penelitian**

Berdasarkan pada uraian permasalahan yang ada, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen membeli buah di pasar tradisional dan di pasar modern di kota Gorontalo.
2. Untuk menganalisa perbandingan permintaan komoditas buah di pasar tradisional dan pasar modern.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Penulis, Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penulis untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang ada dan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta wujud pengaplikasian ilmu yang telah didapatkan selama kuliah di Universitas Ichsan Gorontalo.
2. Bagi Akademik, diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan dan pengetahuan juga dapat gunakan sebagai salah satu sumber informasi dan refensi untuk membuat karya ilmiah
3. Bagi Pemerintah, maupun pihak swasta, Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai refensi dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pasar terutama yang berkaitan dengan permintaan buah di pasar tradisional dan di pasar modern.

### **1.5. Ruang lingkup dan keterbatasan peneltian**

Ruang lingkup dari penelitian ini terbatas pada pembahasan mengenai permintaan terhadap komoditas buah-buahan di pasar modern dan pasar tradisional. Jenis buah-buahan dalam penelitian ini adalah buah apel, anggur, duku, durian, kelengkeng, jeruk, mangga, pisang, nangka.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Teori Permintaan**

Pada dasarnya teori permintaan merupakan perangkat analisis untuk melihat besar nya jumlah barang dan jasa yang di minta dan juga perubahan permintaan akan barang dan jasa merujuk pada hukum permintaan. “Ahli ekonomi mengatakan bahwa permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan”. (Firdaus, 2012).

Menurut Daniel permintaan (Demand) “adalah sejumlah barang atau jasa yang ingin di beli dan dimiliki pada berbagai tingkat harga pada waktu tententu”. Sementara pasar adalah tempat terjadinya transaksi proses jual beli antara produsen dan konsumen. Fungsi permintaan dalam ilmu ekonomi adalah menunjukan hubungan antara barang dan jumlah barang yang diminta oleh masyarakat.

##### **2.1.1. Elastisitas Permintaan**

1. Elastisitas permintaan adalah alat atau konsep yang di gunakan intuk mengukur derajat kepekaan atau respons perubahan jumlah atau kualitas barang yang di beli sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhi. Ada tiga variabel yang mempengaruhi elastisitas permintaan, (1) elastisitas harga permintaan, (2) elastisitas silang, (3) elastisitas pendapatan. (Nur, 2014)

2. Elastisitas harga permintaan, adalah tingkat kepekaan atau respons jumlah permintaan akibat perubahan harga barang. perbandingan dari persentase perubahan dengan jumlah barang yang diminta dan persentase perubahan dengan harga di pasar sesuai dengan hukum permintaan. Nilai perbandingan antara persentase jumlah yang diminta dengan persentase perubahan harga di sebut koefisien elastisitas permintaan.
3. Elastisitas Silang adalah koefisien yang menunjukkan besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang apabila terjadi perubahan terhadap harga barang lain dinamakan elastisitas permintaan silang atau elastisitas silang.

## **2.2. Pola Permintaan Konsumen**

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk dalam keputusan yang mendahului dan penyusuli tindakan tersebut (Umar, 2005).

Dari penjelasan diatas terdapat 2 pengertian yaitu

1. Perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk kedalamnya adalah jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa dan bagaimana konsumen melakukan pembelian
2. Perilaku yang tidak nampak, variabel-variabel yang termasuk adalah persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Teori perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan dalam mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan menentukan produk serta jasa. Atau

bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan diantara barang dan jasa yang berbeda untuk memaksimumkan kesejahteraan mereka. Dimana dalam pengalokasian ini konsumen menetukan permintaan untuk beragam barang dan jasa.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut (Kloter,1993) meliputi kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis dalam memutuskan untuk pembelian.

1. Kebudayaan adalah "Faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar". Kebudayaan merupakan suatu kumpulan tentang nilai dasar, prefensi, presepsi dan perilaku yang melibatkan keluarga dan lembaga penting lainnya
2. Kelas Sosial adalah sebuah kelompok yang relatif sama karakteristik, sifat dan tingkah laku dan bertahan lama dalam lingkungan masyarakat. Faktor sosial dalam (a) kelompok berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sebuah sikap serta perilaku seseorang. (b) keluarga, anggota keluarga berpengaruh kuat terhadap perilaku pembeli ada pun indikatornya yaitu jumlah tanggungan dalam suatu keluarga, jumlah pembelian, pengambil keputusan, serta refrensi tempat berbelanja. (c) peran status, setiap orang pasti terlibat dalam sebuah kelompok yaitu kelurga, klub serta organisasi.
3. Faktor Pribadi. Keputusan pembeli seseorang dipengaruhi dari kepribadiannya yaitu usia dan siklus hidup, setiap orang akan berubah-ubah dalam membeli suatu barang dan jasa. Konsumsi dan pembelian seseorang

dibentuk berkat siklus dalam kehidupannya. Pekerjaan, pola pembelian terhadap barang dan jasa serta konsumsi setiap orang akan dipengaruhi oleh pekerjaannya, pegawai swasta akan memerlukan dan membeli perlengkapan dan alat pendukung lainnya yang dibutuhkan. Ekonomi, kekuatan dan keadaan ekonomi seseorang berpengaruh besar terhadap pemilihan jenis dan kualitas produk. Gaya hidup, adalah Pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam aktivitas, minat serta pendapat. Konsep diri dan kepribadiannya, perbedaan karakteristik psikologis setiap orang dengan yang lain yang akan menyebabkan sikap yang relatif tetap dalam waktu yang bertahan lama terhadap lingkungannya.

4. Faktor Psikologis, keputusan pembelian setiap orang akan dipengaruhi beberapa faktor psikologis utama yaitu: motivasi, persepsi, belajar, serta sikap.

### **2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemintaan buah dalam pembelian**

#### **2.3.1. Keputusan dalam pembelian**

Proses pengambilan keputusan pembelian menekankan bahwa proses pembelian telah berlangsung jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dan berakibat jauh setelah pembelian. (Nur,2014). Hal ini untuk mendorong produsen lebih merangsang perhatian dalam proses pembelian, dan tidak hanya memusatkan perhatian pada keputusan pembeliannya saja.

Proses pengambilan keputusan pembelian dengan terlebih dahulu mengenali masalah atau kebutuhan, kebutuhan pembelian tercipta dengan adanya rangsangan dari dalam maupun luar. Konsumen yang sudah terangsang dengan kebutuhannya maka akan mencari informasi, informasi yang terkumpul pada konsumen akan memacu keinginan pembeli untuk memutuskan pembelian. Sumber informasi didapatkan melalui sumber pribadi, publik, pengalaman dan komersial.

Setelah konsumen mendapatkan suatu masalah atau kebutuhan dan sumber informasi, konsumen akan melakukan evaluasi pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang ada. Faktor yang menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan yaitu keunggulan produk, kualitas, manfaat, harga dan lain-lain.

### **2.3.2. Jenis Buah**

Keragaman Jenis buah yang ada pada pasar akan lebih menarik perhatian konsumen sehingga konsumen akan lebih berfokus pada jenis buah yang akan dipilih atau dibeli.

### **2.3.3. Harga**

“Harga adalah sejumlah uang yang ditentukan sebagai imbalan dari perdagangan barang dan jasa”. (Andila, 2011) Harga berperan dalam proses keputusan pembelian konsumen, dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain dianggap tetap (ceteris Paribus)

#### **2.3.4. Kualitas Buah**

Kualitas adalah suatu karakteristik yang menentukan nilai produk kepada pembeli, yang diamaksud dengan kualitas buah adalah yang berkaitan dengan rasa, penampilan, dan kualitas nutrisi yang terdapat pada buah tersebut. Biasanya para pembeli menilai kualitas buah dengan asumsi penilaian dari penampilan dan kesegaran buah.

Kualitas buah dilihat dari aspek visual yaitu bentuk, ukuran, warna, kemulusan, kebersihan permukaan buah ditandai dengan tidak adanya cacat pada buah atau pembusukan akibat proses pembusukan pada buah itu sendiri.

### **2.4. Karakteristik Sosial Ekonomi Konsumen**

#### **2.4.1. Umur**

Umur adalah rentang kehidupan yang diukur dengan tahun, Orang yang merubah produk barang jasa yang ingin dibeli seiring dengan siklus hidupnya (Trisna, 2017) Dalam membentuk pola konsumsi umur dan siklus hidup berpengaruh terhadap pembelian,

#### **2.4.2. Pendapatan**

Pendapatan merupakan salah satu faktor yang penting dalam memenentukan suatu pola permintaan dalam pembelian produk. Besar kecilnya pendapatan akan langsung berdampak pada proses pembelian dan juga akan menimbulkan penurunan terhadap jumlah produk yang dipasarkan. Selain itu perubahan

pendapatan akan berdampak langsung pada kegiatan ekonomi di sekitar, dan menimbulkan masalah dalam perekonomian suatu Negara.

#### **2.4.3. Jumlah Tanggungan**

Jumlah tanggungan dalam suatu keluarga juga berpengaruh dalam proses keputusan pembelian. Yang dimaksud dengan pengaruh keputusan pembelian adalah ketika jumlah tanggungan dalam keluarga lebih banyak maka jumlah pembelian suatu produk juga akan semakin banyak atau semakin tinggi. Berbeda jika jumlah tanggungan dalam keluarga sedikit maka jumlah yang akan dibeli relatif sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah tanggungan yang banyak.

#### **2.4.4. Pendidikan**

Tingkat pendidikan akan mengubah selera konsumen untuk memutuskan pembelian, semakin tinggi pendidikan maka pengetahuan, daya pikir dan informasi akan terbuka dengan Produk yang mempunyai nilai dan manfaat untuk dirinya sehingga akan memiliki keinginan untuk mencoba melakukan pembelian.

### **2.5. Konsep Pasar**

Dalam pengertian yang umum pasar adalah suatu tempat terjadinya proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Pasar merupakan salah satu sarana tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu barang dan jasa. Bagi produsen pasar sebagai sumber untuk memperoleh pendapatan dari transaksi di pasar, semetara konsumen

pasar sebagai tempat untuk memperoleh suatu barang dan jasa yang mereka inginkan atau yang dia butuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam sehari-hari. Saat ini pasar terdapat dua macam yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Menurut statusnya pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu pasar resmi dan pasar tidak resmi, dan sedangkan dari bentuknya pasar terdiri dari pasar pesaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna, pasar menurut fungsinya yaitu pasar konkret (pasar nyata) dan pasar abstrak (pasar tidak nyata), pasar menurut waktunya yaitu pasar harian, pasar mingguan, pasar bulanan, dan pasar tahunan, menurut lingkup pelayanannya dapat dibedakan menjadi pasar setempat, lokal, pasar regional, dan pasar global, berdasarkan skala kegiatan dibedakan menjadi pasar eceran, pasar grosir dan pasar induk, pasar menurut barang yang dijual belikan yaitu pasar barang konsumsi dan pasar sumber daya produksi.

Menurut (Kotler 1993) menyatakan bahwa suatu “pasar merupakan terdiri dari seluruh konsumen konsumen/langganan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu dipenuhi dengan pertukaran, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut”. Di samping itu, ada pula menyatakan pasar merupakan seluruh pembeli atau konsumen potensial selaras dengan pengertian kloter.

Secara teoritis dalam ekonomi yaitu pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. (Assauri, 2011).

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.

“Pasar didefinisikan sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya”.

### **2.5.1. Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat dimana bertemuanya anatara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk menawarkan atau membeli suatu produk ditandai dengan transaksi jual beli secara langsung. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli namun pengunjung bisa jadi menjadi penjual. Di pasar tradisional biasanya menjual berbagai keperluan sehari-hari seperti bahan makanan, rempah-rempah, buah, sayur-sayuran, ikan , daging, peralatan rumah tangga, sembako, pakaian, jasa dan lain-lain. Pasar tradisional menjadi salah satu sentral dalam pendistribuisan hasil-hasil pertanian dan sebagai tempat memantau perkembangan harga dan stok barang bagi produsen dan konsumen dan juga pembentukan komunitas masyarakat didesa maupun di kota untuk membuka lapangan kerja.

Menurut keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.

“Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa took, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh

pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha sekal kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar”.

Umumnya masayarakat menganggap pasar tradisional sebagai pasar yang mempunyai bangunan sederhana dengan tingkat kebersihan yang belum optimal dan kurang nya perawatan lingkungan membuat pasar terabaikan dan terkesan kumuh serta ruang parkir belum memadai sehingga ketertiban pasar tidak terkendali dan membuat kenyamanan dalam pasar kurang menyenangkan. Walaupun pada dasarnya harga pada pasar tradisional lebih murah ketimbang pasar modern akan tetapi selisih harganya tidak terlalu jauh sehingga tidak heran jika konsumen lebih beralih membeli pada pasar modern dan penurunan perkembangan pasar tradisional dan berkembangnya pasar modern memperlihatkan prefensi konsumen dalam memenuhi kebutuhan pribadinya.

#### **2.5.1.1. Kelebihan Pasar tradisional**

Beberapa kelebihan pasar tradisional dibandingkan pasar modern yaitu :

1. Harga dipasar tradisional relatif lebih murah dibandingkan pasar modern.
2. Harga dipasar tradisional masih bisa ditawar, ketika membeli produk dalam jumlah yang banyak maka biasanya akan mendapatkan diskon atau potongan harga.
3. Konsumen yang berpenghasilan kelas bawah menengah merasa lebih percaya diri bila berbelanja di pasar tradisional ketimbang berbelanja di pasar modern.
4. Pedagang biasanya lebih mengert

5. i kondisi produk nya karena diperoleh dari petani langsung sehingga pedagang bisa memberi informasi mengenai kualitas produk tersebut.

#### **2.5.1.2. Kekurangan Pasar Tradisional**

Beberapa kekurangan di pasar tradisional dibandingkan pasar modern yaitu :

1. Masalah infrastuktur yang masih belum memadai membuat kenyamanan konsumen dalam membeli tertanggu. Masalah kebersihan, tempat parkir, dan tempat untuk pembuangan sampah yang belum memadai membuat udara lebih berbau.
2. Pemeliharaan sarana dan prasana yang terkesan diabaikan dan kurang terawat.
3. Banyaknya pedagang asongan yang tidak tertata rapi.
4. Beberapa produk yang belum terjamin mutu dan standarisasi.
5. Masih kurangnya perhatian pemerintah terhadap perencanaan dan strategi.

#### **2.5.2. Pasar Modern**

Pasar modern merupakan suatu pasar dimana sistem transaksi jual beli antara penjual dan pembeli dilakukan secara tidak langsung karena pasar modern menggunakan pelayanan yang mandiri (swalayan) atau dibantu oleh pramuniaga, di mana pembeli tinggal mengambil dan melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode) dan membayar nya dikasir. Pasar modern menjual berbagai kebutuhan rumah tangga dan juga kebutuhan sehari-hari, pasar modern juga melayani pembelian dengan sistem grosir dan eceran. Dalam kasus lain ada pasar

dimaana penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung dan juga tidak harus bertemu ditempat. Contoh nya adalah e-commerce. (transaksi jual beli melalui internet).

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, dan shoping center dimana pengelolaanya dilakukan secara modern dan lebih mengutamakan pelayanan dan kenyamanan dalam berbelanja dan di pimpin oleh manajemen yang berada si satu tangan, dan mempunyai modal yang lebih kuat dan harga tertera jelas dan pasti.

#### **2.5.2.1. Kelebihan Pasar Modern**

Beberapa kelebihan pasar modern dibandingkan pasar tradisional yaitu :

1. Suasana yang nyaman dan bersih membuat pembeli betah di dalam pasar.
2. Pelayanan yang ramah
3. Mutu yang sudah terstandarisasi
4. Harga yang sudah tertera membuat pembeli merasa nyaman
5. Mempunyai sarana dan prasarana yang memadai dan lengkap

#### **2.5.2.2. Kekurangan di Pasar Modern**

1. Harga yang relatif mahal.
2. Tidak adanya system tawar-menawar
3. Biasanya konsumen berasal dari golongan kelas atas.

## **2.6. Penelitian Terdahulu**

Penelitian oleh Azlinda Ulfa (2019) dengan judul Analisis Permintaan Komoditas Buah Pada Pasar Modern Di Kota Binjai (Studi Kasus : Pasar Modern Hypermart Binjai Supermall, Suzuya Dan Asia King Supermarket) menjelaskan bahwa dari keseluruhan variabel bebas (karakteristik Buah, Umur, Pendidikan, Jumlah tanggungan, dan jarak kelokasi pasar) secara serempak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah. Secara uji t variabel umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan jarak lokasi ke pasar tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah.

Penelitian Monalisa Krisnawati Simatupang (2018) dengan judul Perbandingan Permintaan Dan Fakor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras, Telur Ayam Kampung, Dan Telur Itik Dikota Medan. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan analisis regresi liniear berganda. Permintaan telur ayam ras di Kota medan dipengaruhi oleh jumlah tanggungan dan harga telur puyuh. Permintaan telur ayam kampung di Kota medan dipengaruhi oleh harga telur ayam kampung, dan selera konsumen. Permintaan telur itik di Kota medan dipengaruhi oleh harga telur itik dan jumlah tanggungan. Perbandingan permintaan telur ayam ras, telur ayam kampung, dan telur itik menunjukkan bahwa permintaan telur ayam ras lebih tinggi karena dijadikan sebagai menu utama keluarga.

Penelitian Debbie Audina Lubis (2019) dengan judul Perilaku Konsumern Terhadap Permintaan Buah Apel Fuji Impor Di Brastagi Supermarket Medan.

Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, hasil penelitian secara serempak pendapatan, jumlah tanggungan. Harga apel fuji, dan harga apel merah berpengaruh nyata dan signifikan terhadap jumlah permintaan buah fuji impor. Secara uji t variabel pendapatan dan harga apel fuji berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor. Sedangkan variabel jumlah tanggungan dan harga apel merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor.

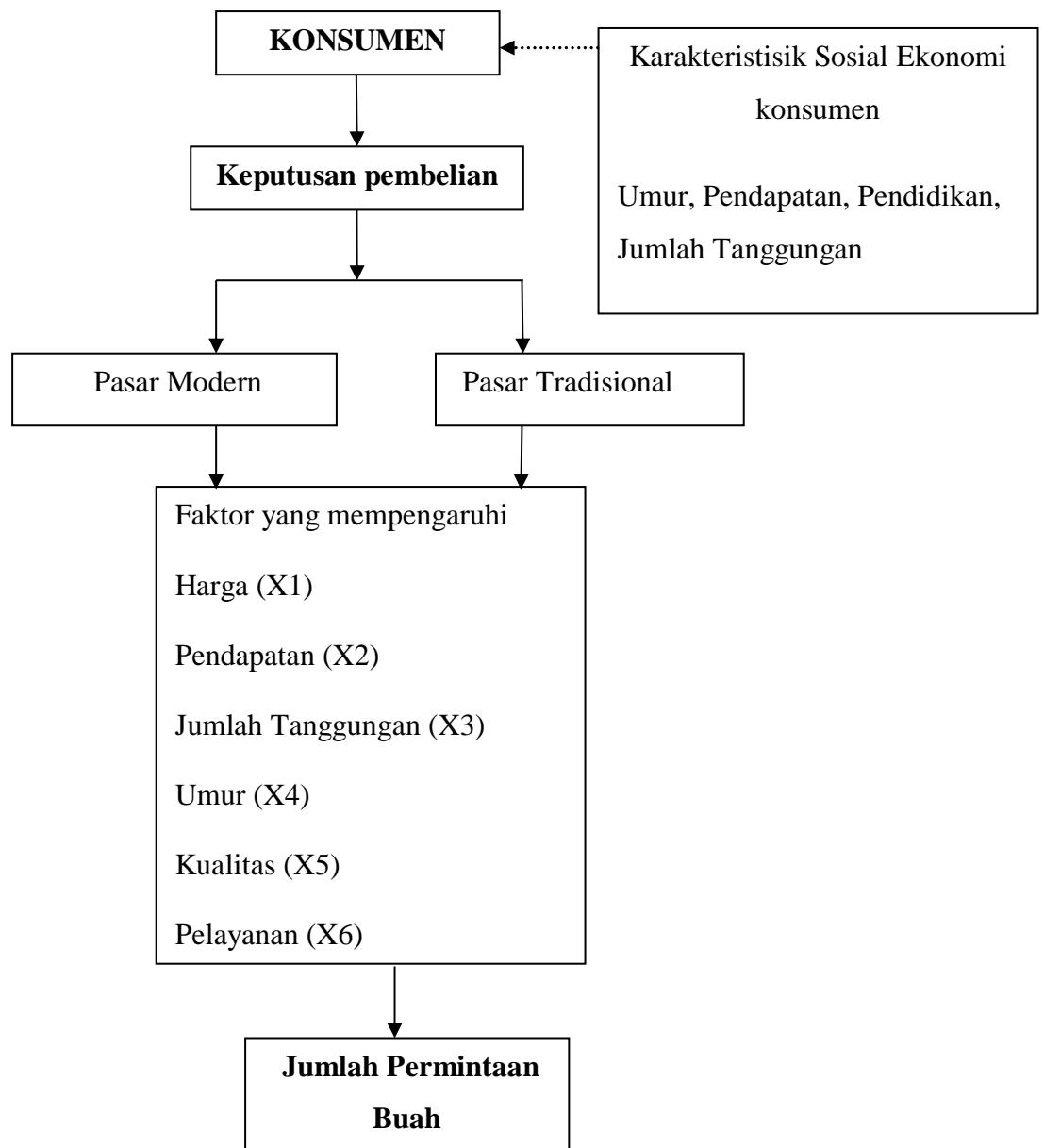
## **2.7. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini mengkaji tentang perbandingan permintaan antara pasar tradisional dan pasar modern..

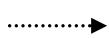
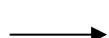
Komoditas buah-bahan merupakan salah satu bagian dari produk hortikultura yang mempunyai nilai tinggi dan juga berperan penting dalam pembangunan pertanian. Fungsi buah sangat diperlukan oleh tubuh untuk menjaga keseimbangan gizi juga sebagai proses metabolisme selain itu buah-buahan mengandung vitamin dan mineral yang baik untuk kesehatan tubuh.

Setiap konsumen mempunyai selera karakteristik berbeda-beda sehingga pengambilan keputusan juga berbeda. Dalam proses pemilihan suatu tempat berbelanja konsumen mempunyai tujuan, fungsi dan karakteristik berbeda-beda. Setiap konsumen akan mempertimbangkan keputusan dalam pembeliannya, keputusan pembelian akan memperhatikan dan membanding-bandingkan karakteristik yang ada pada pasar juga pada buah itu sendiri.

Adapun pertimbangan yang menjadi faktor dalam pengambilan keputusan adalah Faktor karakteristik sosial ekonomi yaitu: Umur, Pendapatan, Pendidikan, Jumlah Tanggungan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi permintaan dalam penelitian ini adalah harga, pendapatan, jumlah tanggungan, umur, kualitas, pelayanan. Karakteristik .kndalam perilaku pengambilan keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.



Keterangan



Gambar 1. Skema sistematis Kerangka Pemikiran

## **2.8. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis bisa diartikan sebagai suatu teori atau pendapat yang masih kurang sempurna dan masih harus dibuktikan kebenarannya. Berarti dalam artian hipotesis adalah suatu kesimpulan yang belum akhir dan musti di uji kebenarannya. Menurut Sugiyono dalam Windarni (2018), hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian berupa pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan atau variabel mandiri.

Berdasarkan analisa yang sudah di uraikan dirumusan masalah dan kerangka pemikiran maka dapat di rumuskan hipotesis yaitu :

1. Terdapat pengaruh antara faktor pendapatan, jumlah tanggungan, umur, harga, kualitas, pelayanan, terhadap permintaan buah di pasar tradisional dengan permintaan buah di Pasar modern
2. Terdapat perbedaan perbandingan permintaan buah-buahan di Pasar tradisional dan Pasar modern.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Tempat Penelitian**

Tempat penelitian terletak di Kota Gorontalo. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja (purposive) untuk pasar tradisional yaitu Pasar Sentral Kota Gorontalo, untuk Pasar modern yaitu Hypermart Gorontalo Mall. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Pengambilan sampel konsumen secara langsung aksidental sampling yang kebetulan ada di lokasi penelitian. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Desember-Maret 2019-2020.

#### **3.2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan wawancara langsung ke konsumen dengan menggunakan kuisioner dan responden sebagai alat utama sumber informasi pada penelitian ini. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli buah.

#### **3.3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah semua subjek yang ada dalam wilayah penelitian dijadikan subyek penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 sampel. Konsumen yang berbelanja dipasar tradisional dan pasar modern disebut sebagai

subyek penelitian ini. Akan tetapi apabila melakukan penelitian seluruh populasi berarti kita melakukan sensus dengan demikian mengambil sebagian dari populasi sudah dapat mencerminkan sifat populasinya.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang dapat menggambarkan populasinya (Sugiyono, 2015). Teknik dalam melakukan pencarian responden dilakukan berdasarkan accidental sampling dengan asumsi responden yang kebetulan dijumpai seausai atau cocok dengan sumber data yang di teliti. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = standar eror 10 %

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik observasi, Teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis baik secara langsung maupun secara tidak langsung pada tempat yang diamati.
2. Teknik wawancara, teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung (berdialog) baik pada perusahaan

ataupun per individu tentang masalah dan tujuan penelitian untuk menggali informasi yang berkaitan dengan penelitian tersebut. (Wirartha, 2006).

### **3.5. Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Tujuan yang pertama yaitu untuk mengetahui faktor-faktor permintaan maka analisis data yang digunakan yaitu Metode analisis regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan apabila peneliti bermaksud memprediksi bagaimana perubahan naik turunnya variabel dependen dan independent bila nilai dari variabel dependen dan independent dinaik turunkan. (Sugiyono, 2015). Adapun software yang digunakan adalah. SPSS 16

Model yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$Y_i = \alpha_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 + \beta_{2i} + \beta_3 + X_{3i} + \beta_4 + X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \beta_6 X_{6i} + e$$

Keterangan :

$Y_i$	:	Permintaan pasar ( Tradisional dan Modern )
$\alpha_0$	:	Konstanta
$X_1$	:	Pendapatan (Rp/Bulan)
$X_2$	:	Jumlah tanggungan (JIwa)
$X_3$	:	Umur (Tahun)
$X_4$	:	Persepsi harga
$X_5$	:	Pelayanan

$X_6$  : Kualitas

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$  : Koefesien

$ei$  : Eror term Pasar (Tradisional dan Modern)

2. Tujuan kedua yaitu untuk mengetahui adanya perbedaan dan membandingkan permintaan komoditas buah serta menggambarkan perbandingan antara permintaan komoditas buah di Pasar tradisional dan pasar modern. Maka akan dianalisis dengan menggunakan Uji T-tes. Independ sampel T-tes.

### **Uji Perbandingan Dua Variabel Bebas (Uji t)**

Rumus T-test :

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \sqrt{\frac{S_2^2}{n_2}}}}$$

Keterangan :

$N$  : Jumlah responden

$X_1$  : Rata-rata responden ke 1

$X_2$  : Rata-rata responden ke 2

$S_1$  : Standar deviasi sampel ke 1

$S_2$  : Standar deviasi sampel ke 2

### **3.6 Definisi Operasional**

Sebagai penjelas pengertian dari istilah kata-kata yang di gunakan dalam penelitian dan juga untuk meminimalisir kesalahan dalam pemahaman arti dari

istilah-istilah tersebut maka perlu dibuat suatu definisi operasional agar mudah dipahami sebagaimana berikut :

1. Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan pada tingkat harga dan waktu tertentu.
2. Konsumen adalah orang yang akan berbelanja buah dipasar tradisional dan pasar modern
3. Pasar adalah Suatu tempat yang dijadikan untuk proses transaksi jual beli.
4. Pendapatan adalah suatu penghasilan yang didapat oleh konsumen untuk kebutuhan hidupnya.
5. Jumlah tanggungan adalah Seluruh anggota keluarga yang hidup dalam satu rumah yang menjadi tanggungan konsumen.
6. Komoditas buah adalah Suatu jenis aneka produk buah-buahan
7. Pasar tradisional adalah pasar yang dikeola dan pelaksanaanya bersifat tradisional dengan adanya proses tawar menawar.
8. Pasar modern adalah Jenis pasar yang berkonsep modern ditandai penjualannya dengan harga pas dan tidak bisa tawar menawar.
9. Harga, harga yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu persepsi tentang harga.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Gorontalo. Secara geografis berada  $00^{\circ} 28' 17''$  -  $00^{\circ} 35' 56''$  Lintang utara dan antara  $122^{\circ} 59' 44''$  -  $123^{\circ} 05' 59''$  Bujur timur. Kota Gorontalo mempunyai luas wilayah  $67.07 \text{ km}^2$  atau 0,65 persen dari total daratan di Provinsi Gorontalo. Kota Gorontalo diapit oleh dua kabupaten yaitu Kabupaten Bone Bolango dan Kabupaten gorontalo. Saat ini Kota Gorontalo memiliki 9 Kecamatan dengan 59 kelurahan.

Penduduk Kota Gorontalo ditahun 2018 sebanyak 199.767 Jiwa. Dibandingkan tahun sebelumnya jumlah penduduk mengalami pertumbuhan sebesar 1,09%. Angka kelahiran dan Imigrasi masuk menjadi salah satu faktor peningkatan jumlah penduduk di Kota Gontalo. Kepadatan penduduk tahun 2018 menunjukan bahwa setiap  $1 \text{ Km}^2$  di Kota Gorontalo terdapat 2.946 jiwa sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk.

Dari aspek golongan umur, Umur 20-24 tahun mendominasi penduduk Kota Gorontalo baik dari jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Tercatat 11.42 persen dari seluruh penduduk Kota gorontalo. Dari jenis kelamin, Perempuan merupakan penduduk mayoritas, dari angka sex ratio perbandingan antara laki-laki dan perempuan di Kota Gorontalo adalah 99 berbanding 100.

#### **4.1.2. Karakteristik Hypermart Gorontalo Mall**

Hypermart Gorontalo Mall terletak di Jl. Sultan Botutihe No.68, Heledulaa Selatan, Kota Timur, kota Gorontalo. Provinsi Gorontalo. Buka pada pukul 10.00 Pagi sampai jam 22.00 Wita. Hypermart menjual berbagai kebutuhan hidup sehari-hari seperti, makanan, minuman, sayuran, buah-buahan, elektronik, olahraga, dll. Barang-barang atau produk yang dijual di Hypermart sudah teratur rapi sehingga memudahkan konsumen untuk mencari dan memilih Barang atau produk yang ingin dibeli, selain itu disetiap barang yang dijual di Hypermart sudah dicantumkan harga sehingga konsumen lebih mudah untuk menyesuaikan kebutuhan dengan keuangannya dan tak perlu untuk bertanya-tanya lagi. Suasana yang nyaman, bersih, senyap, dan ada alunan musik serta aroma yang tidak berbau tentu akan menguntungkan pihak perusahaan karena fasilitas itu akan menarik konsumen dan tentu konsumen akan lebih nyaman untuk berbelanja di Hypermart.

#### **4.1.3. Karakteristik Pasar Tradisional**

Pasar Sentral Gorontalo terletak di Jl. Dr. Setia Budi, Limba U I, Kota Selatan., Kota Gorontalo. Provinsi Gorontalo. Pasar tradisional menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti buah-buahan, sayuran, daging, peralatan rumah tangga, pakaian dll. Jam operasi pada pasar central kota Gorontalo, bagi pedagang yang berada dilapak jam operasi lebih lama dibanding dengan pedagang di dalam bangunan yang menetap. Untuk jam operasional pedagang lapak dari jam satu hingga malam, sedangkan untuk pedagang di dalam bangunan menetap buka dari pagi jam 06.00

Wita sampai malam jam 21.00 Wita. Pasar sentral mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kelebihan pasar sentral yaitu tempatnya yang strategis ditengah kota membuat pasar ini mudah dijangkau masyarakat, kekurangan pasar sentral yaitu keadaan lingkungan yang masih belum di perhatikan kebersihannya serta tempat parkir belum tertata rapi.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1. Analisis Karakteristik responden

Jumlah konsumen (responden) pada penelitian ini berjumlah 100 orang. 50 responden untuk pasar Modern dan 50 responden untuk pasar tradisional.

#### 1. Jenis kelamin

Jenis kelamin pada penelitian ini terdapat dua yaitu perempuan dan laki-laki. Adapun keadaan responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki-laki dan perempuan dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 2. Responden Menurut Kelompok Jenis Kelamin di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Jenis kelamin	Pasar Moden		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)
1	Laki-laki	23	46	22	44
2	Perempuan	27	54	28	56
	Jumlah	50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan responden yang membeli buah di pasar modern menurut jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 27 orang (54%)

Sedangkan di pasar tradisional sebanyak 28 orang (56%). Artinya bahwa perempuan lebih banyak melakukan pembelian buah untuk pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Hal ini dikarenakan peran perempuan sebagai bendahara yang bisa mengatur keuangan keluarga dituntut untuk lebih pandai mengelola keuangan dan juga harus bisa berlau hemat, oleh karenanya perempuan lebih memperhatikan faktor harga sebagai penentu apakah akan membeli produk atau tidak serta perempuan lebih banyak waktu untuk berbelanja.

## 2. Umur

Menurut slamet (1994) Faktor umur menjadi hal yang penting untuk berpartisipasi, biasanya mereka yang berumur antara 30-40 tahun, semakin tua usia maka juga akan semakin aktif keterlibatannya untuk membeli buah. Perbedaan umur akan juga mengakibatkan perbedaan dalam kesukaan serta selera dalam pembelian produk. Dari segi golongan umur responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Responden Menurut Kelompok Umur di Kota Gorontalo Tahun 2020

<b>No</b>	<b>Umur</b>	<b>Pasar Moden</b>		<b>Pasar Tradisional</b>	
		<b>Jumlah (jiwa)</b>	<b>Persentase 100 (%)</b>	<b>Jumlah (jiwa)</b>	<b>Persentase 100 (%)</b>
<b>1</b>	16-25	4	8	3	6
<b>2</b>	26-35	21	42	16	32
<b>3</b>	36-45	16	32	14	28
<b>4</b>	36-55	9	18	17	34
	<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Berdasarkan tabel 3. Dapat disimpulkan bahwa responden dipasar modern sebagian besar adalah konsumen yang berkisar antara umur 26-35 tahun sebanyak 21 orang dan sebesar 42%. Dan yang terkecil adalah berkisar umur antara 16-25 tahun yaitu sebesar 8% dan sebanyak 4 orang. Hal ini membuktikan bahwa pasar modern lebih disukai oleh para kalangan muda. Karena faktor *life style*, fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan pasar modern cukup menarik perhatian.

Sedangkan di pasar tradisional yaitu sebagian besar adalah konsumen yang pada kelompok umur antara umur 36-55 tahun yaitu sebesar 34% dan sebanyak 17 orang dan yang terkecil adalah kelompok umur berkisar antara 16-25 tahun yaitu sebesar 6% dan sebanyak 3 orang. Maka bisa dipastikan bahwa permintaan buah di pasar tradisional adalah yang sudah berusia dewasa atau usia lanjut. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut lebih memperhatikan dari segi ekonomis daripada *life style*.

Kelompok umur yang produktif dapat memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan ekonomi atau pendapatan keluarga, selain itu umur yang produktif lebih mampu untuk mengambil suatu keputusan dalam pembelian.

### **3. Pekerjaan**

Setiap orang akan memilih dan memutuskan untuk memilih jenis pekerjaan, pilihan dan keputusan tentang pekerjaan sangat mempengaruhi kehidupan masa depan dan kebahagiannya. Jenis pekerjaan juga berkaitan dengan hasil pendapatan yang akan diterima dan tingkat pendapatan yang akan menentukan perilaku seseorang untuk membelanjakan Jenis pekerjaan pada penelitian ini beragam data

responden dengan beragam mata pencahariannya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Responden Menurut Pekerjaan di Kota Gorontalo Tahun 2020

<b>Pekerjaan</b>	<b>Pasar Moden</b>		<b>Pasar Tradisional</b>	
	Jumlah (jiwa)	Percentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Percentase 100 (%)
<b>Ibu rumah Tangga</b>	2	4	18	36
<b>PNS</b>	11	22	1	2
<b>Wiraswasta</b>	2	4	15	30
<b>Karyawan swasta</b>	30	60	13	26
<b>Pelajar/Mahasiswa</b>	3	6	3	6
<b>Pensiunan</b>	2	4		
<b>Jumlah</b>	50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Dari tabel 4. Pekerjaan responden menunjukkan bahwa responden terbanyak membeli buah dari segi jenis pekerjaan di pasar modern adalah karyawan swasta sebanyak 30 orang dan sebesar 60%. Sedangkan yang paling kecil adalah berprofesi sebagai wiraswasta dan pensiuan yaitu masing-masing sebanyak 2 orang sebesar 4%. Pekerjaan seseorang sangat berpengaruh terhadap barang dan jasa yang akan dibeli. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pekerjaan yang tetap, akan lebih berminat membeli buah di pasar modern.

Sedangkan di pasar tradisional adalah mayoritas berprofesi sebagai IRT menyumbang permintaan buah yaitu sebesar 36%. Untuk wiraswasta yaitu sebanyak 15 orang dan sebesar 30%, dan terendah adalah yang berprofesi sebagai PNS yaitu sebanyak 1 orang sebesar 2%. Responden yang berprofesi sebagai wiraswasta cenderung membeli buah di pasar tradisional untuk diproduksi kembali.

Adapun ibu rumah tangga, wiraswasta, mahasiswa, karyawan swasta, yang lebih menyukai berbelanja di pasar tradisional karena harga buah serta harga yang bisa ditawar.

#### 4. Tingkat Pendidikan

Tingkatan pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap pengetahuan tentang suatu barang dari segi manfaat dan kualitas. Tingkat pendidikan yang cukup memadai akan berpengaruh terhadap cara berfikir dan keputusan dalam pembeliannya. Responden dengan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Pendidikan	Pasar Moden		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Percentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Presentase 100 (%)
1	SD			14	28
2	SMP			13	26
3	SMA	15	33	17	34
4	S1	33	66	5	10
5	S2	2	4	1	2
Jumlah		50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Dilihat pada tabel 5 dapat diketahui responden terbanyak pembeli buah di pasar modern adalah berpendidikan S1 sebanyak 33 orang dan sebesar 66 % dan yang paling kecil yaitu lulusan S2 sebanyak 2 Orang 4%.

Sedangkan pembeli buah di pasar tradisional mayoritas adalah lulusan SMA yaitu sebanyak 17 orang dan sebesar 34%, dan yang paling kecil yaitu lulusan S2 yaitu sebanyak 1 orang dan sebesar 2 %. Dari data 5 dapat disimpulkan bahwa

lulusan yang paaling dominan membeli buah di pasar modern maupun di pasar tradisional yaitu mereka yang lulusan SMA yaitu masing-masing sebesar 33% dan 34%.

Tingkat Pendidikan seseorang juga sangat mempengaruhi konsumen untuk memilih tempat membeli dan jenis produk yang akan dibelinya. Semakin tinggi Pendidikan seseorang maka juga akan semakin tinggi pula minat untuk memilih tempat pembelian yang bersih, modern serta menawarkan produk yang berkualitas. (Kartika, Dkk. 2010).

## 5. Jumlah keluarga

Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi seseorang dalam proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Adapun Jumlah keluarga responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 6. Responden Menurut Jumlah Tanggungan di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Jumlah keluarga	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)
1	1	5	10	3	6
2	2	9	18	1	2
3	3	12	24	21	42
4	4	14	28	20	40
5	>5	10	20	5	10
Jumlah		50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Berdasarkan pada tabel 6 dapat diketahui responden pada pasar modern dengan jumlah tanggungan terbanyak yaitu jumlah anggota sebanyak 4 orang yaitu sebesar 28% dan sebanyak 14 orang, sedangkan jumlah tanggungan 1 orang menempati

sebagai jumlah tanggungan yang paling sedikit menyumbang yaitu sebanyak 5 orang dan sebesar 10%.

Pada pasar tradisional dengan jumlah tanggungan terbanyak yaitu jumlah anggota sebanyak 3 orang yaitu sebesar 42% dan sebanyak 21 orang, sedangkan jumlah tanggungan 2 orang menempati sebagai jumlah tanggungan yang paling sedikit menyumbang yaitu sebanyak 1 orang dan sebesar 2%. Hal ini menunjukan bahwa semakin besar jumlah tanggungan tidak mempengaruhi responden untuk membeli buah. Artinya bahwa jumlah tanggungan bukan menjadi salah satu penyebab konsumen membeli buah.

## 6. Pendapatan

Tingkat pendapatan akan mempengaruhi seseorang dalam memutuskan dan membeli suatu produk yang akan dikonsumsi. Pendapatan yang dimaksud disini adalah pendapatan perbulan Adapun tingkat pendapatan responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7. Responden Menurut Pendapatan di Kota Gorontalo Tahun 2020

<b>Pendapatan</b>	<b>Pasar Modern</b>		<b>Pasar Tradisional</b>	
	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)
<b>&lt; 1000.000.00</b>				
<b>1.500.000.00-2.500.000</b>	8	16	33	66
<b>2.600.000-5000.000.00</b>	23	46	15	36
<b>5.000.000.00-7.500.000.00</b>	12	24	2	4
<b>&gt;7.500.000.00</b>	7	14		
<b>Jumlah</b>	50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Tingkat pendapatan seseorang menunjukkan bahwa seberapa besar konsumen membelanjakan atau mengalokasikan seluruh pendapatan yang sudah didapat yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. (Kartika, Dkk. 2010). Dari tabel 7. Menunjukkan bahwa yang mempunyai pendapatan yang lebih tinggi akan lebih menyukai berbelanja di pasar modern dibandingkan pasar tradisional.

Artinya bahwa pendapatan yang dimiliki seseorang akan sangat berpengaruh terhadap jumlah permintaan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin ingin diakui keberadaanya oleh orang lain maka akan mengakibatkan peningkatan kualitas konsumsinya dengan harga yang lebih mahal. (Nurdin, Dkk, 2017).

Menurut Nicholson (2001), mengatakan bahwa pendapatan rendah yang dimiliki oleh rumah tangga akan berpengaruh pada pengeluaran yang sebagian besarnya digunakan untuk kebutuhan pokoknya. Sebaliknya apabila berpendapatan tinggi yang dimiliki oleh rumah tangga maka sebagian kecil pendapatananya digunakan untuk kebutuhan pokoknya.

#### **4.2.2. Analisis Permintaan Konsumen Dalam Membeli Buah Di Pasar**

##### **Modern Dan Pasar Tradisional**

###### **1. Jenis buah**

kualitas buah yang terjaga serta keamanannya untuk dikonsumsi dapat meningkatkan nilai jual dan lebih diminati untuk melihat jenis buah manakah yang paling banyak diminati dan memiliki permintaan yang tinggi maka penelitian ini mengambil beberapa jenis buah yang akan diteliti, adapun jenis buah yang

dimaksud yaitu seperti seperti : Apel, Anggur, Alpukat, Jeruk, Kelengkeng, pisang, Pir, Semangka sebagaimana berikut.

Tabel 8. Permintaan Buah Berdsarkan Jenis Buah di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Buah	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)
1	Alpukat	1	2	7	14
2	Anggur	8	16		
3	Apel	22	44	7	14
4	Jeruk	9	18	6	12
5	Kelengkeng	2	4		
6	pisang,			19	38
7	Mangga	3	6	3	6
8	Durian			3	6
9	Pir	4	8		
10	Semangka			5	10
	Jumlah	50	100	50	100

*Sumber data : data primer diolah tahun 2020*

Dari data tabel 8 dapat diketahui bahwa jenis buah yang paling banyak dibeli di pasar modern adalah buah apel yaitu sebanyak 22 dan sebesar 44%, hal ini menunjukan bahwa buah yang sebagian besar dibeli oleh konsumen adalah buah apel. Buah-buah lain yang juga banyak peminatnya yaitu jeruk dan anggur. Pasar modern menyediakan berbagai macam jenis buah dengan berbagai macam harga pula. Buah dipasar modern memiliki kualitas buah yang terbaik, dari segi warna, kesegaran yang terjamin. Hal ini membuat konsumen lebih aman dan nyaman untuk membeli buah.

Pasar tradisional permintaan buah yang paling banyak adalah buah pisang sebanyak 19 orang dan sebesar 38%, buah alpukat dan apel adalah jenis kedua buah yang disukai konsumen saat berbelanja buah di pasar tradisional sedangkan yang

terendah dipilih oleh konsumen adalah buah durian sebanyak 3 dan sebesar 6%. Hal ini dikarenakan konsumen membeli pisang selain untuk dikonsumsi juga untuk diolah lagi.

## 2. Jumlah Pembelian Dalam Sebulan

Untuk melihat jumlah pembelian dalam satu bulan maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Jumlah Pembelian Buah Dalam Sebulan di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Frekuensi pembelian	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Frekuensi Pembelian	Persentase 100 (%)
1	2 kali			5	10
2	3 kali	7	14	16	32
3	4 kali	20	40	13	26
4	5 kali	9	18	8	16
5	<6 kali	14	28	8	16
	Jumlah	50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Frekuensi pembelian buah bervariasi dari tabel 9 dapat diketahui bahwa responden di pasar modern yang paling banyak membeli buah dalam sebulan yaitu frekuensi pembelian 4 kali dalam sebulan sebesar 40% atau sebanyak 20 orang, dan yang paling kecil yaitu 3 kali sebanyak 7 orang dan sebesar 14%.

Sedangkan di pasar tradisional responden lebih banyak frekuensi 3 kali perbulan yaitu sebanyak 16 orang dan sebesar 32% adapun yang paling rendah jumlah pembelian dalam sebulan yaitu 5 kali dalam sebulan sebanyak 5 orang dan sebesar 10%. Rata-rata pembelian dalam sekali pembelian diantara kedua pasar tersebut yaitu 4 dan 3 kali dalam sebulan.

Artinya bahwa responden menjadikan buah sebagai salah satu kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan gizi yang terkandung. Pembelian buah di pasar modern lebih sering dilakukan pada saat hari sabtu dan minggu.

### 3. Pembelian Buah Dalam Sekali Beli

Untuk lebih jelasnya responden yang melakukan pembelian buah maka dapat dilihat dari tabel 10 berikut ini :

Tabel 10. Jumlah Pembelian Buah Dalam Sekali Beli di Kota Gorontalo Tahun 2020

N o	Jumlah pembeli an	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Percentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Percentase 100 (%)
1	1 Kg	8	16	27	54
2	2 Kg	29	58	18	36
3	3 Kg	10	20	5	10
4	4 kg	0		0	
5	>5kg	3	6	0	
	Jumlah	50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Pada tabel 10 jumlah pembelian dipasar modern, konsumen dalam setiap pembelian sebagian besar berjumlah 2 Kg yaitu sebanyak 29 orang sebesar 58% dan yang paling rendah adalah >5 Kg sebanyak 3 orang dan sebesar 6%.

Sedangkan dipasar tradisional responden yang membeli buah dengan 1 Kg sebanyak 27 orang dan sebesar 54% dan untuk yang paling sedikit yaitu 3 Kg sebanyak 5 orang dan sebesar 10%.

Dari tabel 10 Diperoleh kesimpulan bahwa konsumen pasar modern dan pasar tradisional lebih sering membeli buah dalam sekali pembelian yaitu sebanyak 1-2

kg dalam sekali pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen mencari produk yang sesuai dengan keperluan dan kebutuhan terhadap buah. Banyaknya jumlah pembelian buah tergantung pada banyaknya jumlah anggota keluarga. Perbedaan permintaan banyaknya jumlah pembelian antara pasar modern dan pasar tradisional dikarenakan dimana jumlah tanggungan di pasar modern sekitar 2->5 orang sedangkan di pasar tradisional sekitar 2-3 orang.

#### 4. Faktor yang mempengaruhi pembelian buah

Keputusan pembeli seseorang dipengaruhi dari kepribadiannya yaitu usia dan siklus hidup, setiap orang akan berubah-ubah dalam membeli suatu barang dan jasa. Konsumsi dan pembelian seseorang dibentuk berkat siklus dalam kehidupannya. Pekerjaan, pola pembelian terhadap barang dan jasa serta konsumsi setiap orang akan dipengaruhi oleh pekerjaannya, pegawai swasta akan memerlukan dan membeli perlengkapan dan alat pendukung lainnya yang dibutuhkan.

Untuk melihat apa sajakah pengaruh konsumen untuk membeli buah, maka dapat dilihat dari tabel 11 sebagai berikut :

Tabel 11. Pengaruh Pembelian Konsumen di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Jumlah pembelian	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)
1	Faktor pribadi	32	64	31	62
2	Pengaruh keluarga	15	30	19	38
3	Pengaruh diskon	3	6		
	Jumlah	50	a100	50	100

Sumber : Data primer diolah 2020.

Pengaruh pembelian konsumen di pasar modern sebagian besar ditentukan oleh faktor pribadi yaitu sebanyak 32 orang dan sebesar 64%, sedangkan untuk pengaruh keluarga sebanyak 15 orang dan sebesar 30%, dan yang paling kecil yaitu pengaruh diskon sebanyak 3 orang dan sebesar 6%.

Adapun dipasar tradisional faktor pribadi juga merupakan salah satu faktor terbesar dalam pengaruh pembelian konsumen yaitu sebanyak 31 orang dan sebesar 62%, dan pengaruh keluarga sebanyak 15% dan sebesar 30%.

Keputusan seseorang untuk menentukan pembelian dipengaruhi oleh pendapatan dan jumlah keluarga. Adapun responden yang paling banyak memilih faktor pribadi dikarenakan adalah rata-rata responen lebih banyak dari kalangan anak muda serta dari kalangan perempuan. Peran istri dalam keluarga memegang peranan yang penting dalam keunagan keluarganya dan untuk memilih bagaimana uang keluarga digunakan untuk berbelanja. (Eliza, Dkk, 2011)

## **5. Keputusan pembelian konsumen**

Dalam suatu pembelian terdapat berbagai cara untuk memutuskannya, keputusan pemebelian seseorang untuk membeli buah terkadang karena sudah direncanakan, tergantung situasi, mendadak dan sudah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan yang akan diprioritaskan. Tindakan pembelian suatu produk adalah tahapan yang terakhir dari sikap konsumen, setiap konsumen juga memiliki pengambilan keputusan yang berbeda dalam cara untuk memutuskan pembelian buah-buahan. untuk lebih jelasnya dapat dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 12. Keputusan Pembelian Buah di Kota Gorontalo Tahun 2020

No	Keputusan pembelian	Pasar Modern		Pasar Tradisional	
		Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase 100 (%)
1	Sudah direncanakan	23	46	16	32
2	Tergantung situasi	9	18	13	26
3	Banyak pilihan dan diskon	6	12	11	22
4	Karena mendadak	3	6	5	10
5	Lainnya	9	18	5	10
	Jumlah	50	100	50	100

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Dari tabel 12 dapat dilihat bahwa konsumen di pasar modern yang memilih keputusan pembelian dalam setiap pembeliannya yaitu rata-rata membeli karena sudah direncanakan sebelumnya hal itu di buktikan dengan persentase sebesar 46%.

Adapun jumlah dipasar tradisional responden yang membeli karena sudah direncanakan yaitu sebesar 32%.

Artinya bahwa sebelum responden melakukan keputusan pembelian, responden terlebih dahulu mencari informasi tentang buah -buahan dan setelah itu menentukan buah apa yang akan dibeli yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan pembelian dan banyaknya jumlah dalam pembelian berpengaruh dari setiap anggota keluarga. Setiap rumah tanggungan banyaknya jumlah pembelian tanggungan tergantung pada jenis dan jumlah anggota keluarga.

(Eliza, Dkk, 2011).

### 4.3. Uji kesesuaian Model

#### 4.3.1. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  yaitu untuk menunjukkan suatu persentase variasi seluruh variabel terikat yang bisa dijelaskan oleh perubahan variabel bebas.

Tabel 13. Koefesien di Kota Gorontalo Tahun 2020

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Pasar Modern	.784 <sup>a</sup>	.615	.562	3.08556
Pasar tradisional	.806 <sup>a</sup>	.650	.602	3.46086

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Pada tabel 13 hasil estimasi pasar modern menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebesar 0.615. Dengan hasil ini menunjukkan bahwa 61,5% variasi variabel terikat permintaan buah dapat dijelaskan oleh variabel bebas, Pendapatan, Jumlah tanggungan, umur, harga, pelayanan, kualitas.

Sedangkan lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukan dalam model. Sedangkan Nilai adjusted  $R^2$  yaitu sebesar 0.562. Hal ini menunjukkan bahwa 56,2% informasi untuk memprediksi variasi variabel terikat yaitu permintaan buah. Sedang sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Pada tabel 13 hasil estimasi pasar tradisional menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebesar 0.65. Dengan hasil ini menunjukkan bahwa 65,0% variasi variabel terikat permintaan buah dapat dijelaskan oleh variabel bebas, Pendapatan, Jumlah tanggungan, umur, harga, pelayanan, kualitas, sedangkan lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukan dalam model.

Sedangkan Nilai adjusted  $R^2$  yaitu sebesar 0.602. Hal ini menunjukan bahwa 60,2% informasi untuk memprediksi variasi variabel terikat yaitu permintaan buah. Sedang sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

#### **4.3.2. Uji serempak (Uji F-Stastistik)**

Uji statistik F adalah pada dasarnya untuk menunjukkan apakah secara serempak (simultan) variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

**Tabel 14. Hasil Uji F di Kota Gorontalo Tahun 2020**

Jenis pasar	F	Sig
Pasar Modern	11.468	.000
Pasar Tradisional	13.328	.000

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Pada tabel 14 Hasil estimasi Pasar modern menerangkan bahwa tingkat nilai signifikansi F sebesar 0.00

$0 < \alpha 0.005$ . Dengan hasil ini maka hipotesis sesuai dengan yang peneliti kemukakan, yaitu terdapat pengaruh antara faktor harga, pendapatan, jumlah tanggungan, umur, kualitas, pelayanan, terhadap permintaan buah di Pasar modern.

Pada tabel 14 Hasil estimasi Pasar tradisional menerangkan bahwa tingkat nilai signifikansi F sebesar  $0.000 < \alpha 0.005$ . Dengan hasil ini maka hipotesis sesuai dengan yang peneliti kemukakan, yaitu terdapat pengaruh antara faktor harga, pendapatan, jumlah tanggungan, umur, kualitas, pelayanan, terhadap permintaan buah di Pasar tradisional.

### 4.3.3. Uji Parsial ( Uji t-stastistik)

Uji statistik t adalah pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Zano dan Santoso, 2019) . Uji ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variablel bebas.

Tabel 15. Hasil Uji t-Stastistik Pasar Modern di Kota Gorontalo Tahun 2020

Varibel	Koefisien	t-Statistic	Sig
(Constant)	-30.725	-4.973	.000
Pendapatan	5.330	2.928	.021
Jumlah tanggungan	.449	2.892	.159
Umur	.109	1.439	.036
Presepsi harga	.028	1.056	.890
Pelayanan	.519	1.189	.014
Kualitas	.958	2.642	.005

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Pada tabel 15 hasil uji t-stastistik didapat nilai koefisien, t hitung dan tingkat signifikansi. Adapun model regresi sebagai berikut:

$$Y = -30.725 + 0.533X_1 + 0.449X_2 + 0.109X_3 + 0.028X_4 + 0.519X_5 + 0.958X_6$$

1. Koefisien Regresi X1 (Pendapatan) menunjukkan bahwa, apabila setiap ada kenaikan pendapatan, dengan ini maka akan menjadikan kenaikan jumlah permintaan buah-buahan.
2. Koefisien Regresi X3 (Umur) menunjukkan bahwa, apabila ada kenaikan umur sebesar 1 tahun, maka hal itu akan menjadikan kenaikan tangkat jumlah permintaan buah-buahan.
3. Koefisien Regresi X5 (pelayanan) menunjukkan bahwa, setiap peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan permintaan buah-buahan.

4. Koefisien Regresi X6 (kualitas) menunjukkan bahwa, setiap peningkatan kualitas satu-satuan maka akan meningkatkan permintaan buah-buahan.

Tabel 16. Hasil uji t-Stastistik Pasar Tradisional di Kota Gorontalo Tahun 2020

Varibel	Koefisien	t-Statistic	Sig
(Constant)	-25.674	-4.973	.000
Pendapatan	2.748	2.928	.005
Jumlah tanggungan	1.458	2.892	.006
Umur	.078	1.439	.157
Presepsi harga	.275	1.056	.297
Pelayanan	.233	1.189	.241
Kualitas	.471	2.642	.011

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

$$Y = -25.674 + 0.2748X_1 + 0.1458X_2 + 0.078X_3 + 0.275X_4 + 0.233X_5 + 0.471X_6$$

Adapun persamaan regresi linear dengan tingkat kepuasan 95% dari data diatas dapat dijelaskan sebagaimana berikut :

1. Koefisien Regresi X1 (Pendapatan) menunjukkan bahwa, apabila setiap ada kenaikan pendapatan satu-satuan, dengan ini maka akan menjadikan kenaikan jumlah permintaan buah-buahan.
2. Koefisien Regresi X2 (Jumlah Tanggungan) menunjukkan bahwa, apabila ada kenaikan jumlah tanggungan sebanyak 1 jiwa, maka hal itu akan meningkatkan jumlah permintaan buah-buahan.
3. Koefisien Regresi X3 (Umur) menunjukkan bahwa, apabila ada kenaikan umur sebesar 1 tahun, maka hal itu akan menjadikan kenaikan tangkat jumlah permintaan buah-buahan.

#### 4.3.4. Uji Independent Sample t test

Uji komparatif (Perbandingan) atau uji beda untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean atau rata-rata antara dua kelompok bebas yang berskala data atau rasio. Adapun yang dimaksud dua kelompok bebas disini adalah yaitu kedua kelompok yang tidak berpasangan, dimana sumber data penelitian berasal dari dua subjek yang berbeda

#### 1. Hasil Rata-rata Permintaan Buah-buahan

Rata-rata permintaan buah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu seperti harga, kenyamanan dan keamanan, kesegaran buah, dan kualitas. Adapun hasil permintaan buah-buahan dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 17. Rata-Rata Permintaan Buah Di Kota Gorontalo Tahun 2020

Permintaan	Pasar Modern	N	50
	Mean	10.5	
Pasar Tradisional	N	50	
	Mean	7.68	

*Sumber : Data primer diolah 2020.*

Dari tabel 17. Dapat dijelaskan bahwa mean atau rata-rata antara pasar modern dan pasar tradisional terdapat perbedaan yaitu dipasar modern didapat nilai sebesar 10.5 sedangkan di pasar tradisional sebesar 7.68. Artinya bahwa untuk jumlah permintaan buah-buahan di pasar modern lebih tinggi peminatnya daripada pasar tradisional. Hal ini dikarenakan pasar modern sangat memperhatikan tempat, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang nyaman untuk membeli buah, sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja di pasar modern.

## 2. Hasil Uji Perbandingan Permintaan Buah-buahan

Independen sampel t-tes digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok sampel data yang bersifat independent atau bebas, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sampel pasar modern dan pasar tradisional. Adapun hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 18. Hasil Uji-t test Permintaan Buah Di Kota Gorontalo Tahun 2020

Permintaan	Equal variances assumed	F	Bootstrap <sup>a</sup>		Sig. (2-tailed)
		Sig	T		
	Equal variances assumed	1.50 8	0.222	2.771	0.008
	Equal variances not assumed			2.771	0.009

a. Unless otherwise noted, bootstrap results are based on 1000 bootstrap samples

Sumber : Data primer diolah 2020

Berdasarkan nilai probabilitas :

- Jika Nilai probabilitas  $> 0.05$  Maka Hipotesis diterima
- Jika Nilai probabilitas  $< 0.05$  maka hipotesis ditolak

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 18. Dapat dilihat secara parsial ditemukan perbedaan yang signifikan antara permintaan buah-buahan di pasar modern dan pasar tradisional. Hal ini didapati dari nilai probabilitas (sig-t) 0.007 kurang dari ( $\alpha$

=0.05), sehingga hal ini sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti. Yaitu ada perbedaan permintaan buah di pasar modern dan pasar tradisional.

#### **4.4. Pembahasan**

##### **1. Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Buah**

Hasil estimasi menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan buah di pasar tradisional maupun di pasar modern hasil menunjukkan  $0.00 < 0.05$ . hasil uji-t statistik pasar modern diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} = 2.391 < 2.01669$ , sedangkan pasar tradisional  $t_{hitung} = 2.928 < t_{tabel} = 2.01669$  dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat dalam penelitian ini, bahwa semakin besar pendapatan yang diterima maka semakin besar juga permintaannya. Hal ini didukung dengan teori yang juga dikenal dengan hukum Engel yang berbunyi “Apabila pendapatan meningkat, sejalan dengan itu persentase untuk pengeluaran untuk Pendidikan, kesehatan, rekreasi, barga mewah, dan tabungan juga akan semakin meningkat”. (Engel 995;73). Kesimpulan dari hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Engel, dan memperkuat hasil penelitian ini yaitu jika pendapatan naik maka pengeluaran untuk pembelajaran juga akan semakin meningkat.

## 2. Analisis Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Buah

Hasil estimasi dari variabel jumlah tanggungan menunjukkan bahwa jumlah tanggungan Tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah di pasar modern dimana dari uji parisal didapat tingkat signifikansi ( $0.159 < 0.05$ ). hasil uji-t statistik pasar modern diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 1.432 < 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini berarti jumlah tanggungan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah-buahan. Dengan demikian apabila jumlah tanggungan keluarga bertambah, maka permintaan buah-buahan akan tetap naik. Artinya bahwa jumlah tanggungan berbanding lurus dengan permintaan buah-buahan. Hal ini disebabkan jumlah tanggungan tidak dapat mempengaruhi permintaan buah konsumen membeli buah sesua dengan keinginan dan seperlunya saja.

Hasil estimasi untuk pasar tradisional secara uji parsial didapat nilai signifikansi  $0.006 < 0.05$ , hasil uji-t statistik pasar trasdisional diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 2.892 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah tanggungan berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan buah-buahan di pasar tradisional. Hal ini sesuai dengan landasan teori bahwa jumlah tanggungan akan menentukan jumlah dan pola konsumsi dalam rumah tangga. Rumah tangga yang jumlah anggota keluarga lebih banyak maka akan membeli dan mengonsumsi pangan yang lebih banyak daripada dengan jumlah tanggunungan yang lebih sedikit. (Sumarwan, 2004).

### 3. Analisis Pengaruh Umur Terhadap Permintaan Buah

Hasil estimasi di pasar modern, menunjukkan nilai signifikansi ( $0.036 < 0.05$ ), Berdasarkan hasil uji  $t$  statistik pasar modern diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 2.165 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas umur berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah. Artinya bahwa umur menjamin seseorang membeli buah di pasar modern, hal ini sesuai dengan konsumen yang membeli buah dipasar modern kebanyakan adalah yang berumur tiga puluh keatas. Sebab lebih tua umur nya memerlukan suplai gizi yang cukup untuk menjaga daya tahan tubuhnya dengan begitu maka permintaan buah semakin tinggi. Hasil ini didukung oleh penelitian Ulfa (2019) Secara parsial variabel umur, Pendidikan, jumlah tanggungan, dan pendapatan berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah.

Hasil estimasi di pasar traadisional, menunjukkan nilai signifikansi ( $0.157 < 0.05$ ), Berdasarkan hasil uji  $t$  statistik pasar tradisional diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 1.439 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas umur tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah. Dari hasil ini maka hipotesis tidak sesuai dengan peneliti kemukakan. Artinya bahwa umur tidak menjamin kosumen untuk tidak membeli buah dipasar tradisional, baik anak muda maupun orang tua sama-sama butuh berbelanja dipasar tradisional dan tidak terbatas pada usia berapapun. Hasil ini didukung oleh penelitian (Masni, 2014)

menerangkan bahwa variabel umur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi konsumen berbelanja ke pasar modern maupun pasar tradisional di Kota Makassar.

#### **4. Analisis Pengaruh Presepsi Harga Terhadap Permintaan Buah**

Setiap peningkatan Rp. 100-, maka akan meningkatkan skor permintaan buah pasar modern sebesar 0.089 dan pasar tradisional 0.029 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Berdasarkan hasil uji-t statistik pasar modern diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung}$   $0.139 < t_{tabel}$  2.01669, sedangkan pasar tradisional  $t_{hitung}$  1.056  $< 2.01669$  dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%.

Hasil estimasi menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah di pasar tradisional maupun di pasar modern, hasil menunjukkan  $(0.089 < 0.05)$  untuk pasar modern dan  $(0.029 < 0.05)$ , untuk pasar tradisional. Dengan hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardani, 2015) Dimana harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

Dari hasil uji t-stastistik bahwa variabel harga di pasar modern dan pasar tradisional tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah. Hal ini berarti bahwa naik dan turunnya harga buah tidak mempengaruhi kenaikan dan penurunan permintaan buah-buahan. Hal ini dikarenakan faktor buah yang bersifat mudah rusak dan tidak tahan lama sehingga konsumen tidak membeli buah dengan jumlah yang banyak apabila ada kenaikan atau kelangkaan buah. Selain itu jenis buah yang

beragam dan harga yang beragam pula sehingga konsumen mempunyai lebih banyak pilihan dengan harga yang sesuai dengan keuangannya.

## **5. Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Permintaan Buah**

Hasil estimasi di pasar modern, menunjukkan nilai signifikansi ( $0.036 < 0.05$ ), Berdasarkan hasil uji-t statistik pasar modern diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 2.569 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pelayanan berpengaruh positif terhadap permintaan buah. Dari hasil tersebut maka hipotesis sesuai dengan peneliti kemukakan. Artinya pelayanan berkontribusi terhadap permintaan buah di pasar modern, itu dikarenakan pelayanan selau bersedia untuk peduli dan memeberikan perhatian kepada konsumen demi kepuasan pelanggan. Karena itu konsumen lebih nyaman apabila pelayanan sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Hal ini membuat konsumen lebih suka untuk kembali membeli buah di pasar modern. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Wijaya, 2017) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.

Hasil estimasi di pasar tradisional, menunjukkan nilai signifikansi ( $0.157 < 0.05$ ), Berdasarkan hasil uji -t statistik pasar tradisional diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 1.189 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pelayanan tidak berpengaruh terhadap permintaan buah. Dari hasil ini maka hipotesis tidak sesuai dengan peneliti kemukakan dibab tiga, artinya bahwa konsumen pasar

tradisional tidak terlalu mementingkan pelayanan untuk membeli buah dipasar tradisional.

## **6. Analisis Pengaruh Kualitas Terhadap Permintaan Buah**

Hasil estimasi di pasar modern menunjukan nilai signifikansi ( $0.005 < 0.05$ ), Berdasarkan hasil uji-t statistik pasar modern diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 2.937 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas berpengaruh positif terhadap permintaan buah. Artinya semakin bagus kualitas buah maka akan meningkatkan permintaan sebesar 0.005.

Hasil estimasi di pasar tradisional, menunjukan nilai signifikansi ( $0.011 < 0.05$ ), Berdasarkan hasil uji-t statistik pasar tradisional diperoleh nilai sebesar  $t_{hitung} 2.642 < t_{tabel} 2.01669$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas berpengaruh terhadap permintaan buah.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas buah di pasar modern dan pasar tradisional sama -sama berpengaruh signifikan hal ini berdampak pada peningkatan permintaan buah-buahan. Artinya semakin baik kualitas buah-buahan akan meningkatkan permintaan. Untuk itu maka dirasa perlu untuk dilakukannya penetapan standar dalam kualitas buah-buahan dan dilakukan evaluasi secara berkala apakah kualitas buah yang diberikan telah sesuai dengan standar dan

harapan konsumen. Semakin ditingkatkannya kualitas produk atau kualitas buah maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

## **7. Analisis Perbandingan Permintaan Buah-Buahan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional**

Analisis perbandingan permintaan buah di pasar modern dan pasar tradisional terhadap permintaan dimana kedua jenis pasar tersebut memiliki perbedaan permintaan yang signifikan. Dimana nilai probabilitas (sig-t) 0.007 kurang dari ( $\alpha = 0.05$ ). Hal ini dapat diketahui dari perbedaan mean antara pasar tersebut, dimana pasar modern memiliki mean yang lebih tinggi dari pasar tradisional, yaitu pasar modern sebesar  $10.5 > 7.68$  untuk pasar tradisional. Hal ini dikarenakan adanya managemen dan SDM yang baik dan terorganisir seperti pelayanan yang baik, sigap, ramah sehingga pasar modern (Hypermart) mempunyai permintaan buah-buahan yang lebih tinggi daripada pasar tradisional. Selain itu pasar modern memiliki program promosi buat konsumen yaitu dengan membeberikan diskon, fasilitas keangotan dan lainnya. Perbedaan mean terjadi juga disebabkan oleh adanya kenyamanan dalam berbelanja, kebersihan lokasi, keamanan, dan kemudahan dalam bertransaksi yang dimiliki oleh pasar modern. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Hendri Ma'ruf, 2006).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian analisis perbandingan permintaan buah-buahan dipasar modern dan pasar tradisional di Kota Gorontalo diperoleh kesimpulan yaitu sebagaimana berikut :

1. Faktor faktor yang mempengaruhi permintaan buah-buahan di pasar modern dan pasar tradisional meliputi faktor pendapatan, faktor umur, faktor jumlah tanggungan, faktor harga, faktor pelayanan, dan faktor kualitas.
2. Hasil analisis perbandingan permintaan buah-buahan di pasar modern dan pasar tradisional, dari hasil Uji-t yaitu terdapat perbedaan permintaan antara pasar modern dan pasar tradisional. Besarnya perbedaan permintaan buah-buahan pasar modern dan pasar tradisional adalah sebesar 0.007 dan berada dibawah dari *level of signifikansi* 0.05. Dengan mean pasar modern 10.5 dan pasar tradisional 7.68. Artinya bahwa permintaan buah-buahan pada pasar modern memiliki permintaan yang lebih tinggi dibanding dengan pasar tradisional.

## 5.2.Saran

1. Untuk pengelola dan penanggung jawab pasar tradisional (Pasar Sentral) seyogyanya memperhatikan kondisi lingkungan sekitar pasar, untuk lebih meningkatkan kebersihan area pasar yang masih terkesan kumuh, dan penertiban area parkir untuk kendaraan seperti mobil, kendaraan roda dua, serta kendaraan becak montor (bentor) sehingga tidak menghambat jalanya lalu lintas.
2. Untuk pengelola pasar tradisional (Pasar Sentral) diharapkan merenovasi bangunan serta menyediakan sarana dan prasarana seperti penyediaan fasilitas toilet.
3. Untuk pasar modern faktor faktor yang mempengaruhi permintaan buah dapat dipakai sebagai strategi pemasaran yaitu seperti faktor kulitas, dan faktor pelayanan.
4. Bagi Pemerintah Daerah Kota Gorontalo hendaknya memperhatikan serta memperbaiki fasilitas pasar tradisional khusus nya pasar Sentral serta pasar tradisional yang lain sehingga pelanggan lebih nyaman dalam berbelanja selain itu juga agar tidak kalah bersaing dengan pasar modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, I,P, Widyawati & Safrida. (2018). *Analisis Komparatif Minat Konsumen Terhadap Buah-buahan Pada Pasar Modern (Suzuya Mall) dan Pasar tradisional (Pasar Peunayong) Di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa pertanian Unsyiah - AGB, Volume 3.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Badan Pusat Stastistik. (2017). *Dirjen Hortikultura*. Gorontalo : Badan Pusat Stastistik Provinsi Gorontalo. CV. Rifaldi
- Daniel, M. (2014). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. BPFE. Yogyakarta.
- Fatra, M. (2018). *Analisis Prefensi Konsumen Berbelanja Di Pasar Modern Di Kota Makasar*. Skripsi. Universitas Alauddin Makssar.
- Firdaus, M. (2012). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Kartika, N.D & Hani, S. E. Hartadi, R. (2010). *Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradsisional dan Pasar Modern. Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*, Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Vol 4 (1)
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Lubis, A.D. (2019). *Perilaku Konsumern Terhadap Permintaan Buah Apel FujiImpor Di Brastagi Supermarket Medan*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara Medan.
- Ma'ruf, H (2006). Pemasaran ritel. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Masni,Y. (2014). *Analisis Prefensi Konsumen Dalam Berbelanja Buah Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kota Makasar*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Hasanuddin.

- Nicholson, W. (2001). *Teori Ekonomi Mikro Prinsip Dasar Dan Pengembangan* . Pt. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Nurdin M. F, Hadayani & Damayanti. (2017). *Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Apel Impor Di Hypermart Palu Grand Mall*. J. Agroland 24 (2) : 103 - 112, Agustus 2017
- Nur, F. S. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sayamar, E., Eliza, dan Kaswita. (2011). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Di Pasar Arengka Dan Giant Hypermarket*. Indonesiaa Journal Of Agriculture Economics , 2 (1), 16.
- Simatupang, K, M. (2018). *Perbandingan Permintaan Dan Fakor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras, Telur Ayam Kampung, Dan Telur Itik Dikota Medan*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Medan Area.
- Slamet, Y. (1994). *Pengembangan Masyarakat Berwawasan Pastisipatif*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Trisna, D. (2017). *Analisis Perikaku Konsumen Terhadapa Pembelian Produk Buah Lokal Di Pasar Modern Kota Palopo*. 5 (2).
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor.Ghilia Indonesia
- Ulfa, A. (2019). *Analisis Permintaan Komoditas Buah Pada Pasar Modern Di Kota Binjai*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Agribisnis. Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Wardanni, H. S, (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*. Skripsi. Fakultas. Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015.
- Wirartha, I Made. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Wijaya C, V. (2017) *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.* AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)

Zano, R, B, dan Santoso T. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk. Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Pt. Surya Timur Sakti Jatim Surabaya*, AGORA vol. 7, no. 1. (2019).

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian



**KUISIONER**

**ANALISIS PERBANDINGAN PERMINTAAN BUAH-BUAHAN DI PASAR  
MODERN DAN DI PASAR TRADISIONAL DI KOTA GORONTALO**

**PROPOSAL/SKRIPSI**

Kelurahan : .....

Kecamatan : .....

Kabupaten/kota : .....

Tanggal Wawancara : .....

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO**

**2020**

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

## **Daftar pertanyaan di pasar tradisional**

### **Permintaan buah di pasar tradisional**

1. Buah apa yang sering di beli .?
  - a. Apel
  - b. Pisang
  - c. Anggur
  - d. Jeruk
  - e. Alpukat
  - f. Mangga
  - g. Duku
  - h. Kelengkeng
  - i. Durian
  - j. Nangka
  - k. Lainya =.....
2. Berapa kali anda membeli buah dalam 1 bulan ? .....Kali
3. Berapa banyak buah yang anda beli dalam sekali pembelian.?.....Kg
4. Siapa yang yang mempengaruhi anda untuk membeli buah di pasar tradisional.?
  - a. Faktor pribadi
  - b. Pengaruh teman
  - c. Pengaruh keluarga
  - d. Pengaruh iklan
  - e. Lainya, sebutkan =
5. Seperti apa anda memutuskan untuk beli dipasar tradisional.?
  - a. Karena Sudah ada rencana sebelumnya
  - b. Karena Keperluan pribadi
  - c. karena Tergantung situasi
  - d. Karena Mendadak
  - e. Lainya, sebutkan =

## **Daftar pertanyaan di pasar modern**

## 1. Permintaan buah modern

1. Buah apa yang sering di beli .?
    - a. Apel
    - b. Pisang
    - c. Anggur
    - d. Jeruk
    - e. Alpukat
    - f. Mangga
    - g. Duku
    - h. Kelengkeng
    - i. Durian
    - j. Nangka
  2. Berapa kali anda membeli buah dalam 1 bulan ?.....Kali
  3. Berapa banyak buah yang anda beli dalam sekali pembelian.?.....Kg
  4. Siapa yang yang mempengaruhi anda untuk membeli buah di pasar modern.?
    - c. Faktor pribadi
    - d. Pengaruh teman
    - e. Lainya, sebutkan.....
    - c. Pengaruh keluarga
    - d. Pengaruh iklan
  5. Seperti apa anda memutuskan untuk beli dipasar modern.?
    - c. Karena Sudah ada rencana sebelumnya
    - d. Karena Keperluan pribadi
    - e. Lainnya, sebutkan
    - c. karena Tergantung situasi
    - d. Karena Mendadak

Keterangan = SS : Sangat setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

### Harga

1	Harga yang terjangkau					
2	Banyak diskon pada saat berbelanja buah					
3	Harga yang mahal selalu memiliki kualitas yang baik					
4	harga sesuai dengan kualitas buah					
5	Dapat dilakukan tawar menawar					

### Kualitas

6	buah-buahan memiliki tampilan yang menarik					
7	buah-buahan yang dikemas dengan baik					
8	Kualitas rasa sesuai dengan yang diharapkan					
9	Daya tahan buah-buahan lebih lama					

10	buah ada dalam kemasan					
11	Buah memiliki mutu yang baik					

### Pelayanan

12	Kebersihan lokasi yang terjaga dan terawatt					
13	Adanya fasilitas yang memadai					
14	Pelayanan ramah sesuai dengan yang diharapkan					
15	Adanya ganti rugi dari buah yang rusak					
16	Tersedianya pembayaran secara kredit maupun tunai					

## Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian

Nama	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	jumlah tanggungan
A	42	S2	PNS	15.000.000	4
F	42	SMA	Pegawai Swasta	7.500.000,00	4
S	41	S1	PNS	5.500.000,00	5
F	27	S1	Pegawai Swasta	2.500.000,00	4
E P	30	S1	Pegawai Swasta	5.000.000,00	2
A R	35	S1	Pegawai Swasta	3.000.000,00	2
N A	49	S2	PNS	5.000.000,00	5
S W	47	S1	Pegawai Swasta	10.000.000,00	3
V	38	S1	PNS	5.000.000,00	4
D	35	S1	Pegawai Swasta	6.000.000,00	3
F	20	S1	Mahasiswa	2.500.000,00	7
F	27	S1	Pegawai Swasta	2.900.000,00	2
N	65	S1	Pensiunan	3.000.000,00	6
T	38	SMA	Pegawai Swasta	10.000.000,00	4
R R	30	S1	Pegawai Swasta	7.500.000,00	3
F	30	S1	Pegawai Swasta	3.500.000,00	2
N	26	S1	Pegawai Swasta	3.000.000,00	3
Y	23	SMA	Pegawai Swasta	2.500.000,00	1
S N	26	SMA	IRT	2.500.000,00	4
F	34	SMA	Pegawai Swasta	7.500.000,00	1
N	35	S1	PNS	5.500.000,00	5
S	27	S1	Pegawai Swasta	3.500.000,00	2
I R	24	SMA	Mahasiswa	2.000.000,00	1
R L	30	S1	Pegawai Swasta	2.500.000,00	4
S	66	S1	Pensiunan	4.000.000,00	2
Y	26	S1	Pegawai Swasta	3.000.000,00	1
E	37	S1	PNS	4.000.000,00	3
M	33	S1	Pegawai Swasta	5.500.000,00	3
F	45	S1	Pegawai Swasta	10.000.000,00	2
I	47	SMA	Pedagang	30.000.000,00	5
G	24	SMA	Mahasiswa	2.000.000,00	4
F	38	SMA	Pegawai Swasta	2.500.000,00	4
E	42	S1	PNS	5.000.000,00	5
L	28	S1	Pegawai Swasta	5.000.000,00	4
I	22	S1	Pegawai Swasta	10.000.000,00	1
A	45	SMA	Pegawai Swasta	7.500.000,00	5
E B	53	SMA	Pegawai Swasta	7.500.000,00	2
Yanti	43	S1	PNS	5.500.000,00	5
F I	30	S1	Pegawai Swasta	5.000.000,00	3
F	25	SMA	Pegawai Swasta	3.500.000,00	3
R M	30	S1	Pegawai Swasta	4.500.000,00	3
Y B	31	SMA	IRT	3.500.000,00	5
H	52	SMA	Pedagang	10.000.000,00	4
Z	47	S1	PNS	6.500.000,00	3
R T	35	S1	Pegawai Swasta	4.500.000,00	4
N	36	S1	Pegawai Swasta	300000	3
D A	50	S1	PNS	500000	4
S U	40	SMA	Pegawai Swasta	350000	3
L	36	S1	Pegawai Swasta	250000	2
A	45	S1	PNS	450000	4

Tabulasi data pasar tradisional

Nama	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	tanggungan
D	55	Sd	Pegawai Swasata	2.300.000,00	4
B L	55	SMP	Pegawai swasata	3.000.000,00	4
Y	60	Smp	IRT	2.500.000,00	5
N	45	SD	wirausaham,	5.500.000,00	5
N H	28	SMA	Pegawai swasata	2.300.000,00	3
D	55	SMP	IRT	2.600.000,00	3
S G	50	sd	Wirausaha	3.900.000,00	3
I	30	SMA	Wirausaha	3.000.000,00	3
C	27	SMA	Pegawai swasata	2.300.000,00	3
Y S	23	SMA	Pelajar	1.500.000,00	1
A U	43	S2	Pegawai Negri	5.500.000,00	5
Q A	56	SMA	IRT	2.000.000,00	3
A M	48	SD	Pegawai Swasata	1.500.000,00	3
I R	45	SD	Wirausaha	3.000.000,00	4
R	50	SMP	Wirausaha	2.800.000,00	4
H D	37	SMP	Pegawai swasata	1.700.000,00	3
S R S	23	SMA	pelajar	1.700.000,00	1
H I	47	SMA	wirausaha	2.700.000,00	4
S	32	SD	Pegawai Swasata	1.600.000,00	3
A	38	SMP	IRT	2.000.000,00	4
S T	52	SD	IRT	2.100.000,00	3
R D	35	SD	Pegawai Swasata	1.800.000,00	4
B	33	SMA	IRT	2.100.000,00	3
N A	29	SMP	IRT	2.300.000,00	4
A	28	SMA	Pegawai swasata	2.100.000,00	3
R S	32	S1	Pegawai swasata	1.800.000,00	4
N G	50	Sma	IRT	2.000.000,00	4
M U	45	SD	IRT	1.700.000,00	5
D A	30	SMP	Wirausaha	2.800.000,00	3
N R	32	SD	IRT	2.300.000,00	4
S S	40	SMP	IRT	2.100.000,00	3
Y A	47	SMP	IRT	1.900.000,00	4
D L	30	S1	Pegawai swasata	2.600.000,00	4
T	23	SMA	Pelajar	1.800.000,00	1
A D	36	S1	Wirausaha	3.700.000,00	3
R I	27	S1	Pegawai swasata	2.300.000,00	4
W H	45	SMP	IRT	2.100.000,00	4
H A	52	SD	IRT	2.300.000,00	3
E H	53	SD	IRT	1.900.000,00	3
S K	44	SMA	wirausaha	3.400.000,00	4
A	51	SMP	Wirausaha	4.000.000,00	4
M	38	SMA	Pegawai swasata	2000000	3
S	48	SMA	Wirausaha	2500000	5
SI	36	S1	Wirausaha	3500000	2
F	40	SMA	Wirausaha	3200000	4
U	47	SMA	Wirausaha	3000000	3
R	41	SMP	IRT	2000000	4
M U	56	SD	Wirausaha	3800000	4
Y	35	SMA	IRT	1500000	3
Z	32	SD	IRT	2200000	3

Tabulasi permintaan buah di pasar modern

Buah	Frekuensi	Jumlah Pembelian	pengaruh Pembelian	Keputusan Pembelian
Apel	7	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	5	2	faktor Pribadi	sudah direncanakan
Mangga	8	2	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Durian	4	1	Faktor Pribadi	sudah direncanakan
Apel	4	2	Pengaruh Keluarga	sudah direncanakan
Apel	4	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	7	1	Pengaruh ada diskon	Tergantung situasi
Kelengkeng	7	2	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Anggur	5	2	Pengaruh ada diskon	Keperluan pribadi
Anggur	5	2	Pengaruh Keluarga	Sudah direncanakan
Apel	4	2	Pengaruh Keluarga	Sudah direncanakan
Jeruk	3	2	Faktor Pribadi	karena mendadak
Apel	4	3	Pengaruh ada diskon	Sudah direncanakan
Apel	14	1	Faktor Pribadi	Karena Bersih dan nyaman
Anggur	6	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Anggur	4	2	Pengaruh Keluarga	Banyak Pilihan dan diskon
Alpukat	6	1	Pengaruh Keluarga	Banyak Pilihan dan diskon
Jeruk	3	2	Faktor Pribadi	Karena mendadak
Jeruk	4	1	Faktor Pribadi	Banyak Pilihan dan diskon
Apel	4	3	Faktor Pribadi	banayak pilihan dan diskon
Apel	5	2	Faktor Pribadi	Banyak Pilihan dan diskon
Jeruk	3	2	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Anggur	3	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Jeruk	5	1	Faktor Pribadi	dekat dari rumah
apel	4	3	Faktor Pribadi	Karena Bersih dan nyaman
Jeruk	4	3	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	6	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	4	2	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Jeruk	5	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	11	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	3	2	Faktor Pribadi	Karena Bersih dan nyaman
Anggur	4	3	Faktor Pribadi	dekat dari rumah
Anggur	6	3	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	8	2	Pengaruh Keluarga	Sudah direncanakan
Pir	23	1	Faktor Pribadi	Karena mendadak
Apel	8	4	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Anggur	4	3	Pengaruh Keluarga	Karena Bersih dan nyaman
Apel	4	5	Pengaruh Keluarga	Banyak Pilihan dan diskon
Apel	4	2	Pengaruh Keluarga	Banyak Pilihan dan diskon
Pir	4	3	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Apel	5	2	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Pir	4	2	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Apel	6	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Jeruk	3	3	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Pir	5	2	Pengaruh Keluarga	Sudah direncanakan
Mangga	3	2	pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Kelengkeng	5	2	Faktor Pribadi	Tergantung situasi
Jeruk	6	1	Pengaruh Keluarga	Dekat dari rumah
Mangga	4	2	pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Apel	7	1	Pengaruh Keluarga	Sudah direncanakan

### Tabulasi permintaan buah di pasar tradisional

Mangga	3	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Pisang	6	3	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Pisang	5	1	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Alpukad	3	1	Faktor Pribadi	Kebutuhan usaha
Pisang	5	3	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Mangga	3	2	Pengaruh keluarga	keperluan pribadi
pisang	5	1	Faktor Pribadi	Kebutuhan usaha
Semangka	3	3	Faktor Pribadi	tergantung situasi
Apel	10	2	Faktor Pribadi	tergantung situasi
Pisang	6	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Pisang	5	2	Pengaruh keluarga	Sesuai dengan kebutuhan
Pisang	11	2	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Semangka	11	2	Faktor Pribadi	tergantung situasi
Jeruk	8	2	Pengaruh keluarga	tergantung situasi
Alpukad	4	1	Faktor Pribadi	Kebutuhan usaha
Pisang	19	1	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Apel	5	1	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Pisang	5	1	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Pisang	3	1	Faktor Pribadi	karena mendadak
Apel	13	1	Faktor Pribadi	karena mendadak
Pisang	4	1	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Jeruk	3	2	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
pisang	5	1	Pengaruh keluarga	tergantung situasi
Semangka	2	2	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Alpukad	3	2	Faktor Pribadi	tergantung situasi
pisang	2	2	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Pisang	3	1	Pengaruh keluarga	keperluan pribadi
Jeruk	5	1	Faktor Pribadi	Sudah direncanakan
Semangka	3	2	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Alpukad	6	2	Faktor Pribadi	tergantung situasi
Durian	5	1	Faktor Pribadi	tergantung situasi
pisang	5	1	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Jeruk	9	2	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Apel	3	1	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Alpukad	3	1	Faktor Pribadi	Kebutuhan usaha
Durian	3	1	Pengaruh keluarga	tergantung situasi
Pisang	6	1	Pengaruh keluarga	tergantung situasi
Apel	5	1	Faktor Pribadi	karena mendadak
Mangga	4	1	Faktor Pribadi	tergantung situasi
Jeruk	3	2	Pengaruh keluarga	tergantung situasi
Apel	4	1	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Jeruk	3	1	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Alpukad	4	1	Faktor Pribadi	tergantung situasi
Pisang	4	2	Pengaruh keluarga	karena mendadak
Apel	4	1	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Pisang	3	2	Faktor Pribadi	keperluan pribadi
Semangka	6	1	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Alpukad	4	1	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
Durian	2	1	Pengaruh keluarga	Sudah direncanakan
pisang	3	2	Pengaruh keluarga	tergantung situasi

### Lampiran 3. Hasil SPSS

Hasil output spss di pasar modern

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.562	3.08556	.615	11.468	6	43	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga, Pendapatan, Jumlah tanggungan, Pelayanan, Umur

b. Dependent Variable: Permintaan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	655.111	6	109.185	11.468	.000 <sup>b</sup>
	Residual	409.389	43	9.521		
	Total	1064.500	49			

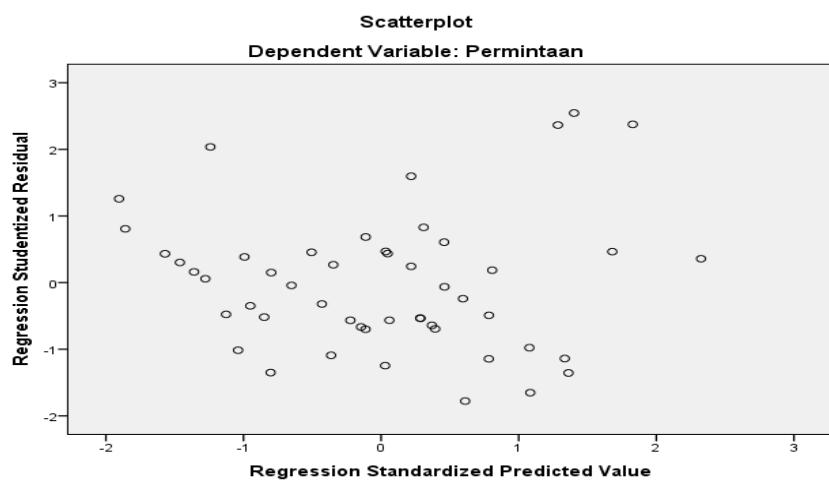
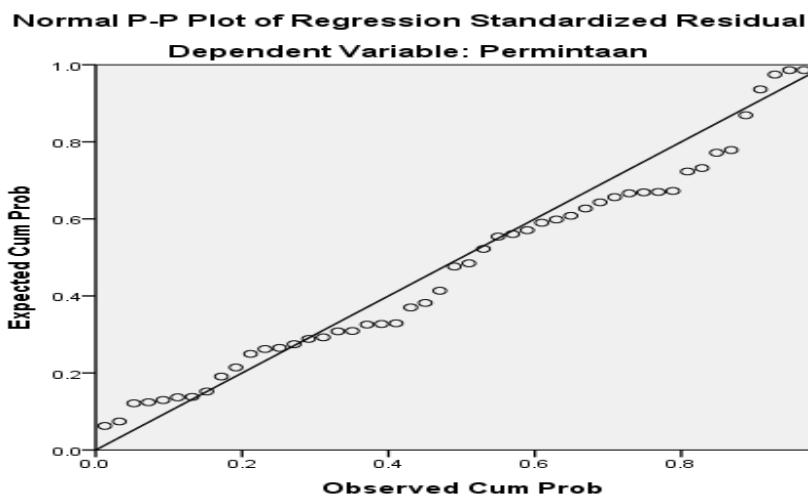
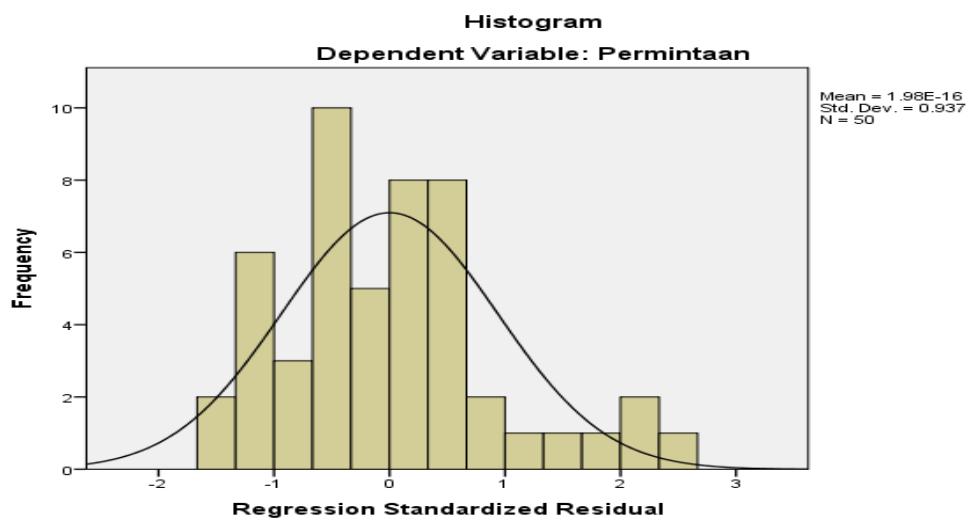
a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga, Pendapatan, Jumlah tanggungan, Pelayanan, Umur

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-30.725	8.071		-3.807	.000
	Pendapatan	5.330E-7	.000	.253	2.391	.021
	Jumlah tanggungan	.449	.313	.147	1.432	.159
	Umur	.109	.051	.236	2.165	.036
	Harga	.028	.200	.014	.139	.890
	Pelayanan	.519	.202	.274	2.569	.014
	Kualitas	.958	.326	.322	2.937	.005

a. Dependent Variable: permintaan



Hasil output spss di pasar tradisional

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.806 <sup>a</sup>	.650	.602	3.46086	1.758

a. Predictors: (Constant), kualitas, jumlahtanggungan, harga, umur, pendapatan, pelayanan

b. Dependent Variable: permintaan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	957.846	6	159.641	13.328	.000 <sup>a</sup>
	Residual	515.034	43	11.978		
	Total	1472.880	49			

a. Predictors: (Constant), kualitas, jumlahtanggungan, harga, umur, pendapatan, pelayanan

b. Dependent Variable: permintaan

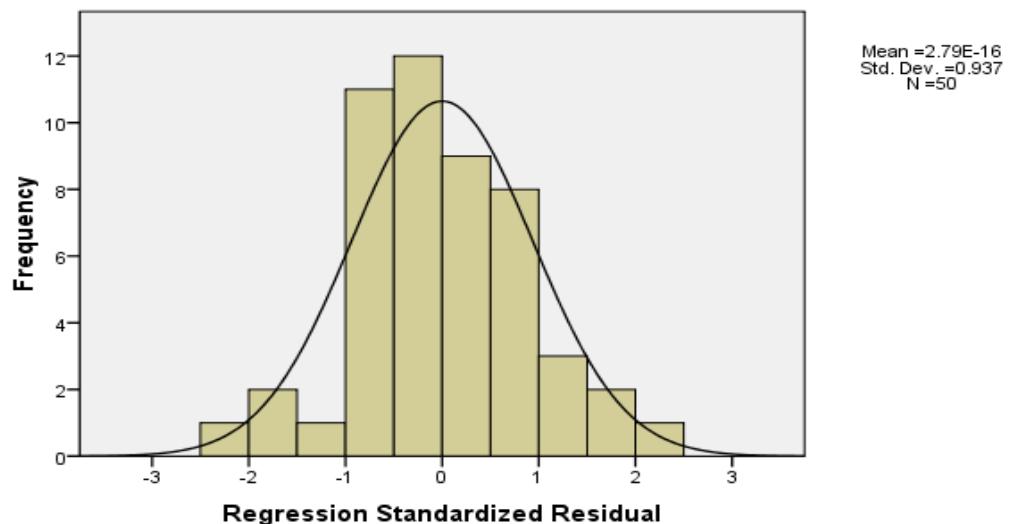
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-25.674	5.163		-4.973	.000
	pendapatan	2.748E-6	.000	.318	2.928	.005
	jumlahtanggungan	1.458	.504	.309	2.892	.006
	umur	.078	.055	.150	1.439	.157
	harga	.275	.261	.109	1.056	.297
	pelayanan	.233	.196	.135	1.189	.241
	kualitas	.471	.178	.293	2.642	.011

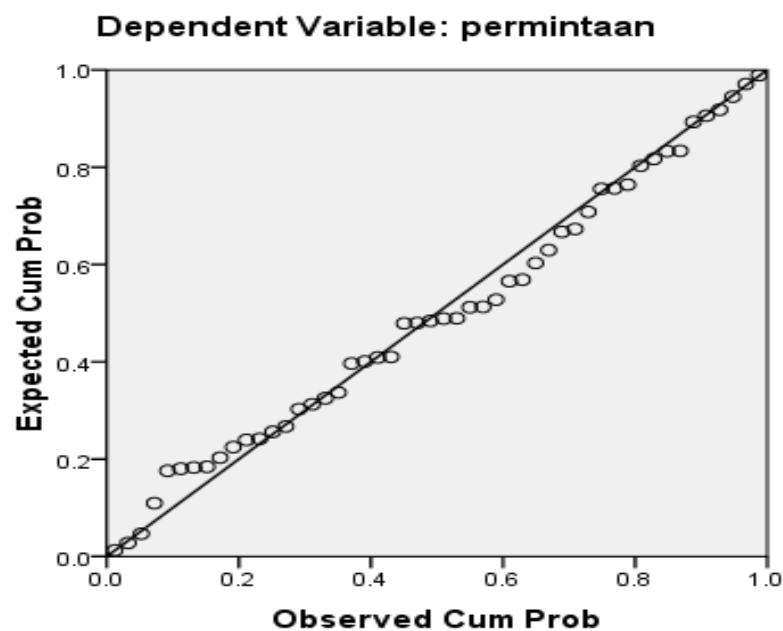
a. Dependent Variable: permintaan

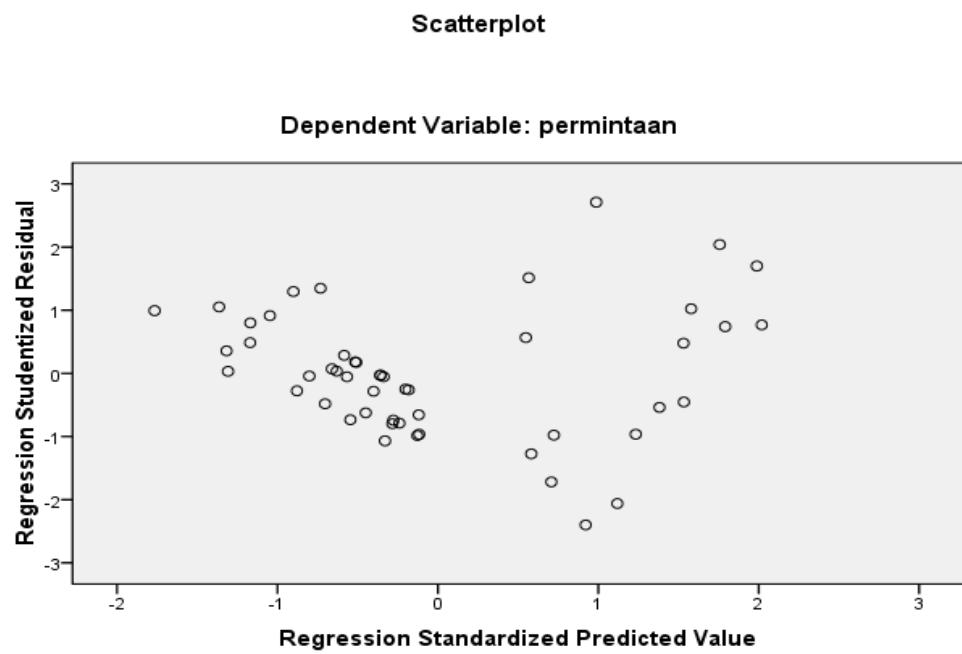
### Histogram

Dependent Variable: permintaan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





#### Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian

Gambar 1. Wawancara dengan responden pasar modern





Gambar 2. Wawancara dengan responden pasar tradisional





## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Khoirul Hasyim Asyari (NIM P2216048) Lahir di Desa Tambakrejo Kecamatan Muncar Kabupaten banyuwangi Provinsi Jawa Timur, 13 Desember 1996. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Paidi dan Ibu Umi Umaroh.

Penulis menyelesaikan Pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 1 Tambakrejo Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2009. Pada tahun 2009 penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Muncar Kabupaten Banyuwangi dan selesai pada tahun 2012 kemudian melanjutkan Pendidikan di SMK ASWAJA Cluring Kabupaten Banyuwangi dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Ichsan Gorontalo, dan mengambil Jurusan Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis. Selain sebagai mahasiswa penulis pernah tergabung dalam anggota BEM Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo dan sebagai salah satu anggota pada organisasi HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) cabang Gorontalo.



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)  
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO**  
Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo  
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;  
E-mail: [lembagapenelitian@unisan.ac.id](mailto:lembagapenelitian@unisan.ac.id)

Nomor : 1952/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/XII/2019

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Pimpinan Hypermart Gorontalo

di,-

Gorontalo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM  
NIDN : 0929117202  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Khoirul Hasyim Asyari  
NIM : P2216048  
Fakultas : Fakultas Pertanian  
Program Studi : Agribisnis  
Lokasi Penelitian : Hypermart dan Pasar Sentral  
Judul Penelitian : ANALISIS PERBANDINGAN PERMINTAAN KOMODITAS BUAH DI PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.



## **HYPERMART GORONTALO MALL**

Kel. Heledulaa Selatan Jl. Sultan Botutihe No.8

---

### **REKOMENDASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sainuddin

Jabatan : Deparetemen Manager Produce

Menerangkan kepada

Nama : Khoirul Hasyim Asyari

Nim : P2216048

Program studi : Agribisnis

Pekerjaan : Mahasiswa

Benar-benar telah melakukan penelitian pada hypermart dalam rangka penyelesaian tugas akhir pada Universitas Ichsan Gorontalo dengan judul skripsi “**ANALISIS PERBANDINGAN PERMINTAAN BUAH-BUAHAN DI PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL**”

Demikian keterangan surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Gorontalo. 05 Mei 2020

**Dept. Manager Produce**





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS IHSAN  
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001

Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

**SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI**

No. 0175/UNISAN-G/S-BP/IV/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom  
NIDN : 0906058301  
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : KHAIRUL HASYIM ASYARI  
NIM : P2216048  
Program Studi : Agribisnis (S1)  
Fakultas : Fakultas Pertanian  
Judul Skripsi : Analisis perbandingan permintaan buah-buahan di pasar modern dan pasar tradisional

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 6%, berdasarkan SK Rektor №. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 05 Mei 2020

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip

Khoirul hasyim asyari P2216048

## hayim asyari.pdf

### Sources Overview

6%

OVERALL SIMILARITY

1	repository.umsu.ac.id	<1%
2	edoc.pub	<1%
3	www.scribd.com	<1%
4	id.scribd.com	<1%
5	iupap-icpe.org	<1%
6	Diah Nurdwity. "PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH DENGAN KONVENTSIONAL DI BURSA EFEK INDONESIA..."	<1%
7	www.slideshare.net	<1%
8	media.neliti.com	<1%
9	repository.uinjkt.ac.id	<1%
10	repository.unika.ac.id	<1%
11	repository.usu.ac.id	<1%
12	de.scribd.com	<1%
13	es.scribd.com	<1%
14	journal.uncp.ac.id	<1%
15	pt.scribd.com	<1%
16	www.neliti.com	<1%
17	anzdoc.com	<1%
18	digitalcommons.unl.edu	<1%