

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BAWANG MERAH TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN DI PASAR INDUK BEKALA MEDAN

Nugperwita Husodo Sudiby¹⁾, Bambang Hermanto²⁾
Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian UMN Al-Washliyah Medan^{1),2)}
nugperwita@umnaw.ac.id¹⁾, bambanghermanto@umn.ac.id²⁾

ABSTRAK

Permintaan komoditas pertanian adalah banyaknya komoditi pertanian yang dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen. Karena itu besar kecilnya komoditi pertanian, umumnya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri sehingga pemerintah berupaya menstabilkan harga-harga komoditas tersebut. Kenaikan harga bawang merah sebenarnya telah menjadi hal yang biasa terjadi, salah satu yang menyebabkan kenaikan harga dikarenakan oleh bertambah mahal biaya produksi misalnya harga pupuk yang digunakan untuk keberhasilan panen. Penelitian dilakukan di Pasar Induk Bekala Medan dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden untuk mengisi kuesioner indikator harga, kualitas bawang merah dan permintaan konsumen. Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh harga dan kualitas bawang merah terhadap permintaan konsumen di Pasar Induk Bekala. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan perhitungan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil perhitungan ditemukan: 1.) harga bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung sebesar 3,099 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,023, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga bawang merah berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan; 2.) kualitas bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung sebesar 2,162 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,093, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan; 3.) harga dan variabel kualitas bawang merah berpengaruh signifikan terhadap kualitas bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan. Hal ini dapat dilihat dengan uji F(simultan) dengan nilai Fhitung sebesar 6,932 dan Ftabel sebesar 3,19 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Oleh karena itu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga dan variabel kualitas bawang merah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan.

Kata kunci : Harga dan Kualitas, Bawang Merah, Konsumen.

ABSTRACT

The demand for agricultural commodities refers to the quantity of agricultural products needed and purchased by consumers. The size of agricultural commodities, whether large or small, is generally influenced by the prices of the goods themselves, prompting the government to make efforts to stabilize these commodity prices. The increase in the price of shallots has actually become a common occurrence, with one of the causes being the rise in prices due to the increasing cost of production, such as the price of fertilizers used for successful harvests. The research was conducted at the Medan Supply Market with a sample size of 50 respondents to fill out a questionnaire on price indicators, shallot quality, and consumer demand. The study aimed to examine the influence of the price and quality of shallots on consumer demand at the Medan Supply Market. This research used quantitative research methods with classical assumption test calculations and hypothesis testing. Based on the calculation results, it was found that: 1.) The price of shallots significantly influences consumer demand at the Medan Supply Market. This can be seen with a calculated t-value of 3.099 and a significance value of 0.000, which is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$). The regression coefficient has a positive value of 0.023, leading to the conclusion that the price of shallots has a positive and significant effect on consumer demand at the Medan Supply Market; 2.) The quality of shallots significantly influences consumer demand at the Medan Supply Market. This is evident with a calculated t-value of 2.162 and a significance value of 0.007, which is less than 0.05 ($0.007 < 0.05$). The regression coefficient has a positive value of 0.093, leading to the conclusion that the quality of shallots has a significant effect on consumer demand at the Medan Supply Market; 3.) Both the price and quality variables of shallots significantly influence consumer demand at the Medan Supply Market. This is evident from the simultaneous F-test with a calculated F-value of 6.932 and a tabled F-value of 3.19, indicating that the calculated F-value is greater than the tabled F-value with a significance value of 0.001. Therefore, the significance value is less than 0.05 ($0.001 < 0.05$), leading to the conclusion that both the price and quality variables of shallots together have a positive and significant effect on consumer demand at the Medan Supply Market..

Keywords: *Price and Quality of Shallots: Consumer Perspective.*

1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memegang peran penting dalam ekonomi nasional dan dapat menyumbang devisa bagi negara. Selain itu, pertanian dirancang untuk menghasilkan produk berkualitas dan bernilai ekonomi agar dapat bersaing di pasar bebas saat ini. Tanaman hortikultura, dengan menyediakan vitamin, mineral, protein, dan karbohidrat, membantu pemenuhan gizi masyarakat, terutama buah-buahan dan sayuran sebagai produk hortikultura terbesar. Pembangunan hortikultura merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian secara keseluruhan,

diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kontribusi subsektor pertanian tanaman pangan.

Bawang merah, sebagai salah satu komoditas hortikultura, memiliki peran penting dalam ekonomi dan kesehatan masyarakat Indonesia. Indonesia menjadi salah satu produsen dan konsumen bawang merah terbesar di dunia. Selain digunakan sebagai bumbu penyedap makanan, bawang merah juga memiliki nilai sebagai obat tradisional. Permintaan terhadap bawang merah terus meningkat dari waktu ke waktu, menciptakan kebutuhan untuk peningkatan produksi. Meskipun bawang merah memiliki

produktivitas musiman dan mengalami fluktuasi harga, permintaan konsumen tetap tinggi, khususnya untuk konsumsi rumah tangga.

Bawang merah bukan hanya bahan penting dalam memasak, tetapi juga memiliki manfaat kesehatan, termasuk menyembuhkan sembelit, mengontrol tekanan darah, menurunkan kolesterol, mengurangi risiko diabetes, mencegah pertumbuhan sel kanker, dan mengurangi risiko gangguan hati. Dalam konteks ekonomi, bawang merah memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan dan peluang kerja di tingkat lokal.

Dalam pasar bebas, permintaan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga, pendapatan, jumlah penduduk, ramalan masa depan, dan harga barang lain atau substitusi. Harga, sebagai elemen utama pemasaran, sering menjadi pertimbangan utama konsumen dalam keputusan pembelian. Harga tidak hanya mencerminkan nilai suatu produk tetapi juga dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitasnya. Peningkatan harga seringkali dianggap sebagai indikator kualitas yang lebih tinggi.

Kualitas produk, menurut Kotler dan Amstrong, memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa dan erat kaitannya dengan nilai pelanggan. Dalam konteks produk pertanian seperti bawang merah, kualitas tidak hanya berarti bebas dari kerusakan tetapi juga memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas yang baik dapat meningkatkan reputasi produk dan menciptakan posisi pasar yang baik.

Dalam keseluruhan konteks, baik harga maupun kualitas bawang merah memainkan peran krusial dalam memenuhi permintaan konsumen. Oleh karena itu, penelitian tentang faktor-faktor ini di pasar pertanian memiliki signifikansi yang besar untuk mendukung pengembangan dan peningkatan produksi bawang merah, memastikan pasokan yang memadai, dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus meningkat.

2. METODE PENELITIAN

Pada bagian ini memuat metode saja, tidak memuat bagan ataupun bagan alir.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Penelitian

Dalam kaitannya dengan judul penelitian yang telah diajukan, metode penelitian ini diterapkan menggunakan pendekatan penelitian lapangan (field research) melalui proses survei. Survei ini merupakan penelitian kuantitatif yang melibatkan penggunaan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada sejumlah responden, yang kemudian jawaban mereka dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur ini dikenal sebagai kuesioner (Prasetyo & Jannah, 2013, p. 143).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini mencakup seluruh konsumen bawang merah yang berjumlah sekitar 100 orang. Dari populasi tersebut, sampel penelitian diambil sebanyak 50 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, yang berupa daftar pertanyaan-pernyataan yang didistribusikan kepada masyarakat yang menjadi sampel penelitian.

Tahap Pengumpulan Data

Setelah menentukan jenis data yang diperlukan, sumber data, dan cara pengumpulan data, peneliti dapat melanjutkan ke tahap pengumpulan data. Tahap-tahap penelitian yang diterapkan melibatkan:

1. Pengeditan (Editing)
2. Pemberian Kode (Coding)
3. Pemberian Skor (Scoring)

Proses pemberian skor dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang sesuai berdasarkan pendapat atau tanggapan dari responden. Dalam penelitian ini, pengukuran skor menggunakan skala Likert. Kuesioner

yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan skala Likert, yaitu alat ukur mengenai sikap, pendapat, dan persepsi responden tentang gejala sosial (Syahrudin & Salim, 2018, p. 144), dengan lima alternatif jawaban.

Tabel 3.2
Skala Likert Lima Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Definisi operasional variabel adalah suatu deskripsi mengenai variabel yang diformulasikan berdasarkan karakteristik-karakteristik yang diamati dari variabel tersebut (Machfudz, Masyhuri, Supriyanto, 2010, hlm. 204). Untuk memberikan batasan penelitian dan mempermudah interpretasi variabel yang digunakan, penjelasan definisi operasional variabel diperlukan.

Dalam konteks penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen (X) yang mempengaruhi, dan variabel dependen (Y) yang dipengaruhi. Variabel bebas dalam penelitian ini mencakup Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2), sementara variabel terikat adalah Permintaan Konsumen (Y).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan program SPSS versi 20. Analisis tersebut melibatkan beberapa tahapan, termasuk statistik deskriptif untuk menjelaskan fenomena atau realitas sosial, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan dengan uji t untuk menilai pengaruh variabel bebas

secara individual terhadap variabel terikat. Jika probabilitas signifikansi kurang dari 0,5, variabel bebas dianggap memiliki pengaruh signifikan. Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan.

Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengevaluasi tingkat ketepatan analisis regresi. Jika R^2 mendekati satu, variabel bebas dianggap berpengaruh terhadap variabel terikat. Terakhir, dilakukan uji model untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (permintaan konsumen) menggunakan analisis regresi linear berganda.

4. PEMBAHASAN

Validitas Harga Bawang Merah

Pada variabel ini terdiri dari 3 item pernyataan, dimana dari 3 pernyataan ini divalidasi terdahulu sebelum dijadikan alat ukur untuk mengetahui variabel harga di lapangan. Berdasarkan *output* spss versi 25, pada lampiran pernyataan tersebut diuji coba di pasar lain yang terdiri dari 50 Responden sebagaimana hasilnya diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2. Validitas Variabel Harga Bawang Merah (X₁)

R _{hitung}	R _{tabel}	Keputusan
0,429	>	Valid
0,436	> 0,279	Valid
0,338	>	Valid

Sumber: SPSS Vers 25, Data yang diolah

Keterangan: P1: Pernyataan 1
P2: Pernyataan 2
P3: Pernyataan 3

Tabel di atas merupakan *output* dari spss nonparametric correlations, terlihat bahwa korelasi antar butir 1, 2, dan 3 terhadap total skor harga bawang menunjukkan hasil yang signifikan.

Sedangkan pada reliabilitas pernyataan pada variabel harga (X_1) berdasarkan *output* spss versi 25, dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.3. Reliabel Variabel Harga Bawang Merah (X_1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.591	.593	3

Sumber: SPSS Vers 25, Data yang diolah

Tabel *output* di atas memberikan gambaran tentang nilai statistik untuk indicator harga bawang sebesar 0,593 termasuk kategori reliabel sedang.

Validitas Kualitas Bawang Merah

Pada variabel ini terdiri dari 6 item pernyataan, dimana dari 6 pernyataan ini divalidasikan terdahulu sebelum dijadikan alat ukur untuk mengetahui variabel harga di lapangan. Berdasarkan *output* spss versi 25, pada lampiran pernyataan tersebut diuji coba yang terdiri dari 50 Responden sebagaimana hasilnya diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4. Variabel Kualitas Bawang Merah (X_2)

R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
0,307	>	Valid
0,365	>	Valid
0,306	>	Valid
0,281	>	Valid
0,590	>	Valid
0,545	>	Valid

Keterangan: P1: Pernyataan 1
P2: Pernyataan 2
P3: Pernyataan 3
P4: Pernyataan 4
P5: Pernyataan 5
P6: Pernyataan 6

Tabel di atas merupakan *output* dari spss nonparametric correlations, terlihat bahwa korelasi antar butir 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 terhadap total skor kualitas bawang menunjukkan hasil yang signifikan.

Sedangkan pada reliabilitas pernyataan pada variabel kualitas bawang merah (X_2) berdasarkan *output* spss versi 25, dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.5. Reliabel Variabel Kualitas Bawang Merah (X_2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.663	.668	6

Sumber: SPSS Versi 25, Data yang diolah

Tabel *output* di atas memberikan gambaran tentang nilai statistik untuk sebesar 0,668 termasuk kategori reliabel tinggi.

Validitas Permintaan Konsumen Bawang Merah

Pada variabel ini terdiri dari 3 item pernyataan, dimana dari 3 pernyataan ini divalidasikan terdahulu sebelum dijadikan alat ukur untuk mengetahui variabel harga di lapangan. Berdasarkan *output* spss versi 25, pada lampiran pernyataan tersebut diuji coba yang terdiri dari 50 Responden sebagaimana hasilnya diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6. Validitas Permintaan Konsumen

R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
0,558	>	Valid
0,402	>	Valid
0,608	>	Valid

Keterangan: P1: Pernyataan 1
P2: Pernyataan 2
P3: Pernyataan 3

Tabel di atas merupakan *output* dari spss nonparametric correlations, terlihat bahwa korelasi antar butir 1, 2, dan 3 terhadap total skor permintaan konsumen bawang menunjukkan hasil yang signifikan.

Sedangkan pada reliabilitas pernyataan pada variabel permintaan konsumen (Y) berdasarkan *output* spss versi 25, dapat dilihat pada table di bawah ini:

Reliabel Variabel Permintaan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
.453	.469

Sumber: SPSS Vers 25, Data yang diolah

Tabel *output* di atas memberikan gambaran tentang nilai statistik untuk sebesar 0,469 termasuk kategori reliabel sedang.

Deskriptif Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner dari 50 Responden pada lampiran dapat disimpulkan di bawah ini:

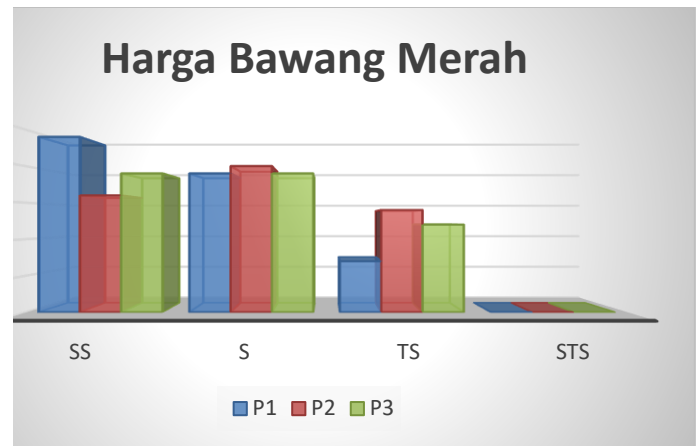
Variabel Harga Bawang (X_1)

Tabel 4.8. Hasil Perhitungan Variabel Harga Bawang (X_1)

Harga	P1	P2	P3
SS	24	16	19
S	19	20	19
TS	7	14	12
STS	0	0	0

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disajikan dengan gambar histogram di bawah ini:

Gambar 4.3. Histogram Respon Kuesioner Harga Bawang



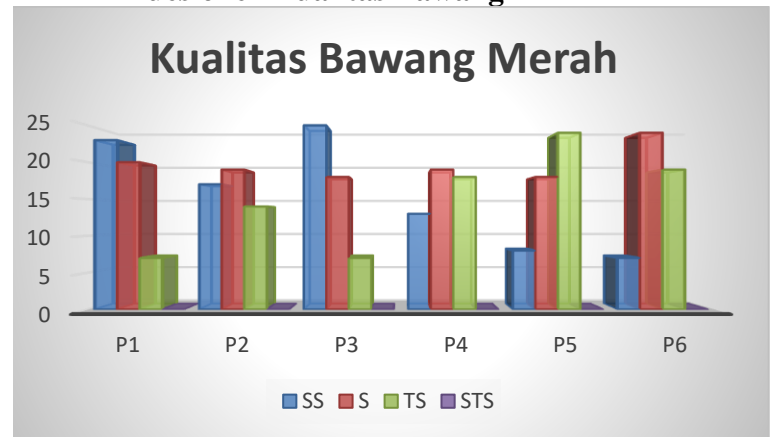
Variabel Kualitas Bawang Merah (X_2)

Tabel 4.9. Hasil Perhitungan Variabel Kualitas Bawang Merah (X_2)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
SS	23	17	25	13	8	7
S	20	19	18	19	18	24
TS	7	14	7	18	24	19
STS	0	0	0	0	0	0

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disajikan dengan gambar histogram di bawah ini:

Gambar 4.4. Histogram Respon Kuesioner Kualitas Bawang



Variabel Permintaan Konsumen (Y)

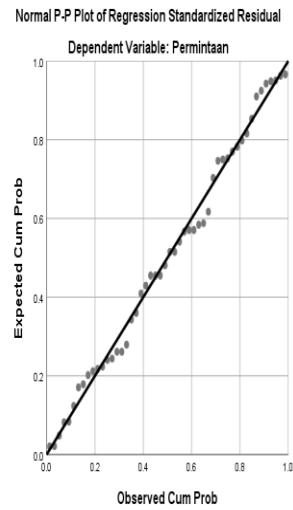
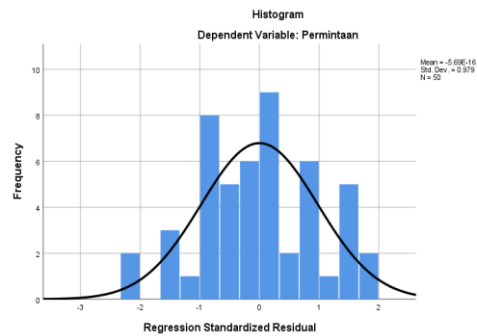
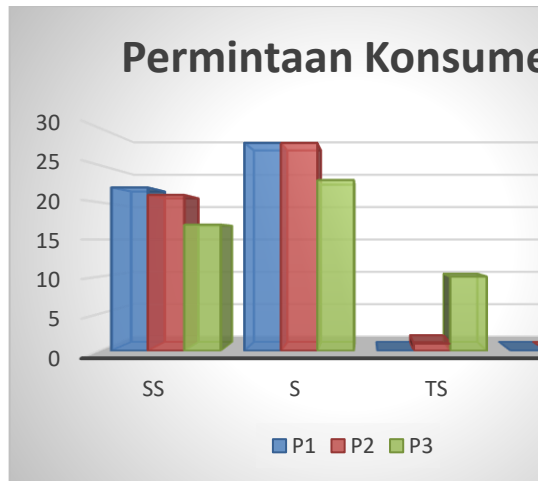
Tabel 4.10. Hasil Perhitungan Variabel Permintaan Konsumen Bawang Merah (Y)

Harga	P1	P2	P3
SS	22	21	17

S	28	28	23
TS	0	1	10
STS	0	0	0

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disajikan dengan gambar histogram di bawah ini:

Gambar 4.5. Histogram Respon Kuesioner Permintaan Konsumen



Gambar 4.7. P-Plot Normal

Uji Asumsi Klasik

4.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen, independent atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat grafik histogram data dinyatakan normal, apabila bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang, baik dari sisi kanan maupun sisi kiri dan kurva hampir menyerupai bentuk lonceng yang hampir sempurna. Sedangkan pada gambar normal P-Plot, data dinyatakan normal bila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

Gambar 4.6. Normal Histogram

Dari hasil histogram, didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti di atas berdistribusi normal. Dengan demikian juga dari normal probability plots, menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

Tabel 4.11. Normalitas Kolmogrov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harga	Kualitas	Permintaan
N		50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	9.52	18.08	9.98
	Std. Deviation	1.69	2.717	1.237
		3		
Most Extreme Differences	Absolute	.172	.098	.174
	Positive	.095	.098	.174
	Negative	-.172	-.088	-.146
Test Statistic		.172	.098	.174
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	.200 ^{c,d}	.100 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan table *output* spss di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,100 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Sminorv Test di atas, disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat diukur dari nilai tolerance dan varian inflation (VIF). Jika nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Namun jika nilai tolerance < 0,1 dan VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4.12. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Harga	.657	1.521
	Kualitas	.657	1.521

a. Dependent Variable: Permintaan

Menggunakan besaran *tolerance* (a) dan *variance inflation factor* (VIF). Jika menggunakan alpha/tolerance = 10% atau 0,10 maka VIF = 10. Dari *output* besar VIF (VIF Harga = 1,521 dan VIF Kualitas = 1,521) < VIF =10 dan semua tolerance variabel bebas (0,657 = 66%) di atas 10% dapat disimpulkan bahwa antarvariabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*, yaitu (Ghozali, 2011, p. 105):

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

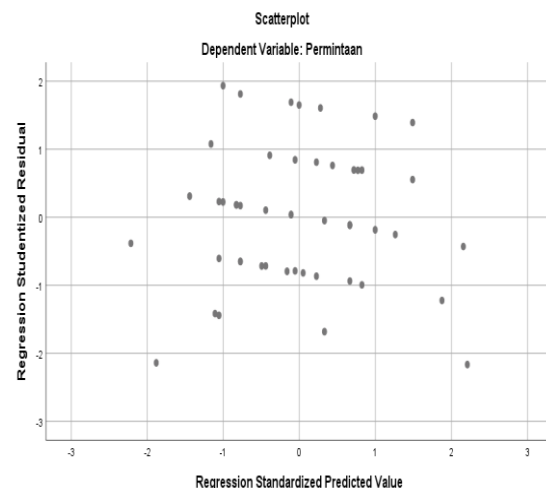
Tabel 4.13. Uji Heteroskedastisitas

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.44	10.51	9.98	.242	50
Std. Predicted Value	-2.216	2.209	.000	1.000	50
Standard Error of Predicted Value	.186	.530	.293	.080	50
Adjusted Predicted Value	9.46	10.86	9.99	.269	50
Residual	-2.525	2.263	.000	1.213	50

Std. Residual	-2.039	1.827	.000	.979	50
Stud. Residual	-2.166	1.934	-.004	1.013	50
Deleted Residual	-2.863	2.538	-.009	1.298	50
Stud. Deleted Residual	-2.258	1.995	-.004	1.030	50
Mahal. Distance	.126	7.974	1.960	1.646	50
Cook's Distance	.000	.217	.024	.042	50
Centered Leverage Value	.003	.163	.040	.034	50

a. Dependent Variable: Permintaan

Gambar 4.8. P-Plot Heteroskedastisitas



Berdasarkan analisis hasil *output* spss (gambar *scatterplot*) di atas, terdapat titik-titik menyebar di bawah serta di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur. Jadi, kesimpulannya adalah variabel bebas di atas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial, bagaimana pengaruh masing-masing variabel

independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini menggunakan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Tingkat harga yang digunakan adalah 95%, maka nilai $\alpha = 0,05$ dan Besar t_{tabel} , dicari berdasarkan rumus $df = n - k$, dimana $n =$ banyaknya responden sedangkan $k =$ banyaknya variabel (bebas+terikat). Jadi, $df = 50 - 2 = 48$, t_{tabel} yaitu 1,667.

Tabel 4.14. Uji t (Parsial) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.414	1.249		6.737	.000
Harga	.023	.129	.018	3.399	.000
Kualitas	.093	.080	.205	2.162	.000

a. Dependent Variable: Permintaan

- Variabel harga memiliki nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, artinya signifikan. Sedangkan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $3,399 > 1,667$ t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan.
- Variabel kualitas memiliki nilai probabilitas $0,002 < 0,05$, artinya signifikan. Sedangkan nilai t_{hitung} variabel kualitas bawang merah sebesar $2,162 > 1,667$ t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kualitas

bawang merah berpengaruh secara parsial terhadap permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan. Uji F (Simultan)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (harga dan kualitas) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (permintaan konsumen). Pengujian ini menggunakan kriteria jika $p\text{-value} < \alpha$ maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau dapat melihat nilai F. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. F_{tabel} dapat dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel dependen dan independen. Maka $df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = 50 - 3 = 47$, jadi didapat F_{tabel} adalah 3,19.

Tabel 4.15. Uji Anova
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.861	2	1.430	6.932	.001 ^b
Residual	72.119	47	1.534		
Total	74.980	49			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

- Nilai $F_{hitung} = 6,932$ dan $F_{tabel} = 3,19$, jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel harga dan variabel kualitas sama-sama berpengaruh terhadap permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan.
- Nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, artinya secara signifikan berpengaruh terhadap permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur sebesar kemauan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah sebesar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan R^2 (mendekati nol) maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil, artinya model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.16. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Model Summary ^b				
	R Square	Change Statistics		Sig. F	
	Change	F	df1	df2	Change
1	.538 ^a	.932	2	47	.401

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

b. Dependent Variable: Permintaan

Dari hasil analisis data pada tabel nilai $R = 0,538$ atau R^2 (R Square) = 0,932. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) dapat mempengaruhi permintaan konsumen di Pasar Induk Bekala sebesar 93%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Model

Tabel 4.16. Uji Model
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	8.414	1.249		6.737	.000
Harga	.023	.129	.018	3.099	.000
kualitas	.093	.080	.205	2.162	.000

a. Dependent Variable: Permintaan

Berdasarkan dari hasil data pada tabel 4,23, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Maka dari model di atas dapat dimasukkan hasil output SPSS sebagai berikut:

$$Y = 8,414 + 0,023 X_1 + 0,093 X_2 + e$$

- a. Nilai konstanta sebesar 8,414, hal ini berarti jika diasumsikan variabel harga (X_1) dan variabel kualitas (X_2) sama dengan nol maka permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan akan tetap atau tidak berubah sebesar satu-satuan 8,414, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel harga (X_1) sebesar 0,023 ini berarti bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh positif terhadap permintaan konsumen bawang merah atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel harga (X_1) sebesar satu-satuan maka permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan akan naik sebesar 0,023, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,093 ini berarti bahwa variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap permintaan konsumen bawang merah atau dengan kata lain setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk (X_2) sebesar satu-satuan maka permintaan konsumen bawang merah di Pasar Induk Bekala Medan akan naik sebesar 0,093, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konstan artinya kebutuhan pokok menjadi positif.

Interpretasi Hasil Penelitian

a.) Pengaruh Harga terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan hasil statistik uji t variabel harga bawang merah diperoleh nilai t hitung sebesar 3,099 dengan nilai signifikansi sebesar

0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,023; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Terdapat Pengaruh Positif Pengaruh Harga terhadap Permintaan Konsumen Bawang Merah di Pasar Induk Bekala Medan)” **diterima**.

b.) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan hasil statistik uji t variabel kualitas bawang merah diperoleh nilai t hitung sebesar 2,162 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,093; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Terdapat Pengaruh Positif Pengaruh Kualitas Bawang Merah Terhadap Permintaan Konsumen Bawang Merah di Pasar Induk Bekala Medan” **diterima**.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Bawang Merah di Pasar Induk Bekala Medan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga bawang merah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan. Hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar 3,099 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Koefisien regresi menunjukkan nilai positif sebesar 0,023, menunjukkan bahwa variabel harga bawang merah berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar tersebut.

2. Variabel kualitas bawang merah juga berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan. Diperoleh nilai t hitung sebesar 2,162 dengan nilai signifikansi 0,007, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$). Koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,093, menandakan bahwa variabel kualitas bawang merah berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar tersebut.

3. Secara simultan, variabel harga dan variabel kualitas bawang merah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan. Hal ini terlihat dari hasil uji F, dengan nilai F hitung sebesar 6,932 dan nilai F tabel sebesar 3,19. Karena F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, variabel harga dan variabel kualitas bawang merah berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen di pasar Induk Bekala Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, S. N. (2018). *faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Kota Medan*. Universitas Medan Area.
- Arista, D., Prayuningsih, H., & Hadi, S. (2021). Analisis Permintaan Dan Penawaran Kedelai Di Indonesia. *Universitas Muhammadiyah Jember, 1*. <https://eprints.umm.ac.id/73524/>
- Belo, M. A. S., Apelabi, G. O., & Nong, F. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L.*) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Pada Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 7*(2), 416–426. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4732458>
- Fatoni, S. N. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi : Dilengkapai Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (1st ed.). CV Pustaka Setia.
- Fauzi, A., Andriani, V., Febrian, A. Z., Apriyana, G., & Sella, B. S. (2023). Terhadap Permintaan Dan Penawaran Di Indonesia. *Jaman: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis, 3*(1), 73–79.
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf*.
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Pembeli Gula Aren Sawit di desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). *Skripsi, 1*–107.
- Irianto, K. (2009). *Memahami Vitamin & Mineral* (Yogyakarta). Sarana Ilmu Pustaka.
- Kotler, P., Armstrong, G., Nurmawan, I., & Sumiharti, Y. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Essex Pearson Education Limited. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?>
- Machfoedz, M., & Agency, S. E. (2010). *Komunikasi pemasaran modern*. Cakar Ilmu.
- Machfudz, Masyhuri, Supriyanto, A. S. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumberdaya Manusia*. UIN-Maliki Press.
- Muhammad. (2004). *EKONOMI MIKRO DALAM PERSPEKTIF ISLAM* (1st Ed.). BPFE.
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan Teknik*. 183.
- Nawawi, P. D. H. (2009). *Metode penelitian bidang sosial* (3rd ed.). UGM Press.
- Nuranisa Fitri, Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1*(3), 151–162. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.21>
- Pertanian, B. P. dan P. (2005). *Prospek dan arah pengembangan agribisnis: Bawang merah*.
- Pracoyo, T. K. (2005). *Aspek dasar ekonomi makro di Indonesia* (1st ed.). Grasindo.

- Pranata, A., & Umam, A. T. (2015). Pengaruh Harga Bawang Merah Terhadap Produksi Bawang Merah Di Jawa Tengah. *Jejak*, 8(1), 36–44. <https://doi.org/10.15294/jejak.v8i1.3852>
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Mediakom.
- Putong, I. (2010). *Economics : Pengantar mikro dan makro / Iskandar Putong*. Mitra Wacana Media.
- Rahayu, E., & Ali, N. B. V. (2004). *Bawang merah*. Penebar Swadaya.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran: untuk memenangkan persaingan bisnis* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Syahrur, & Salim. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Taufiq, M., Rahmanta, R., & Ayu, S. F. (2021). Permintaan Dan Penawaran Bawang Merah Di Provinsi Sumatra Utara. *Jurnal Agrica*, 14(1), 104–115. <https://doi.org/10.31289/agrica.v14i1.4759>
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi pemasaran* (2nd ed.). Andi Offset.
- Umar, H. (2009). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Rajawali Pers.
- Wibowo, S. (2009). *Budidaya bawang : bawang putih, bawang merah, bawang bombay* (1st ed.). Penebar Swadaya.
- Wulan, Lamusa, A., & Sulmi. (2023). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Bawang Merah di Pasar Inpres Manonda Kota Palu*. 2(1), 96–102