

8297 H



**BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MELAKUKAKAN PENBELIAN MASEKAN KHAS DAERAH DURI
(MASEK CERBA) DI KECAMATAN ALLA'
KABUPATEN ENREKANG**

SKRIPSI

OLEH

MUSRIADI



PERPUSTAKAAN PUSAT UNIV. HASANUDDIN	
Tgl. terima	28-9-1999
Asal dari	FAK. PETERNAKAN
Banyaknya	1 KATUJERS
Margo	HADIAH
No. Inventaris	99 10 30 16
No. Stas	

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
UJUNG PANDANG**

1999

**BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MASAKAN KHAS DAERAH
DURI (NASU CEMBA) DI KECAMATAN ALLA' KABUPATEN ENREKANG**

Oleh :

MUSRIADI

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin
Ujung Pandang

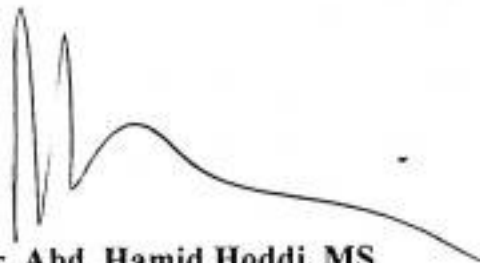
**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
UJUNG PANDANG
1999**

Judul Skripsi : Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Masakan Khas Daerah Duri (Nasu Cemba) Di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang

Nama : **Musriadi**

Nomor Pokok : I 311 93 040

Skripsi Ini Telah Diperiksa Dan
Disetujui Oleh :

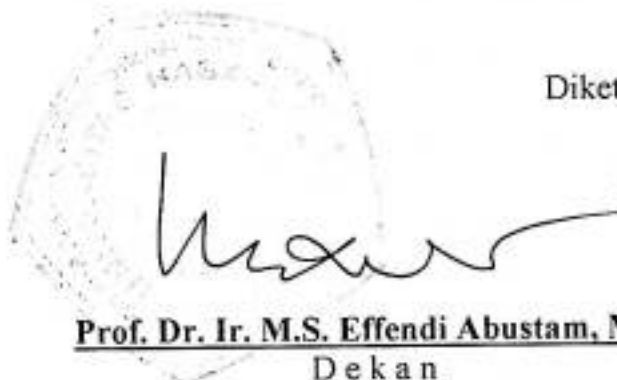


Ir. Abd. Hamid Hoddi, MS
Pembimbing Utama

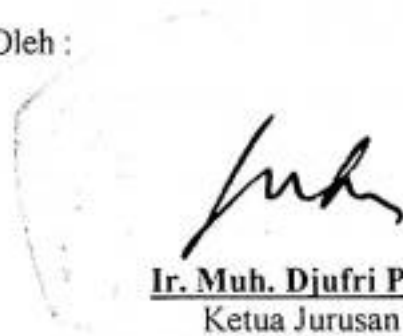


Ir. Tanrigiling Rasvid, MS
Pembimbing Anggota

Diketahui Oleh :



Prof. Dr. Ir. M.S. Effendi Abustam, MSc
D e k a n



Ir. Muh. Djufri Palli
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 12 Juli 1999

RINGKASAN

MUSRIADI. Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Masakan Khas Daerah Duri (Nasu Cemba) di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang. Di bawah bimbingan : Bapak Ir. Abd. Hamid Haddi, MS sebagai pembimbing utama dan Bapak Ir. Tanrigiling Rasyid, MS sebagai pembimbing anggota.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang yang dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan yakni dari bulan Februari sampai dengan bulan April 1999.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba) di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang.

Dalam penelitian ini masalah yang dikemukakan adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba) di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang.

Hipotesa yang dikemukakan adalah diduga bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba) adalah faktor pendapatan, faktor harga dan faktor jumlah anggota keluarga.

Pengambilan sampel dipilih secara acak (Random Sampling), dimana yang menjadi sasaran wawancara adalah pembeli yang sedang melakukan pembelian dan

mengonsumsi sendiri di tempat tersebut dan berjumlah 30 responden atau sekitar 10% dari seluruh populasi yang ada.

Data dan informasi yang diperoleh, diolah dan dianalisis dengan menggunakan Uji Analisis Regresi Linear Berganda.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor pendapatan dan faktor jumlah anggota keluarga berpengaruh sangat nyata terhadap pembelian "Nasu Cemba" dimana pengaruhnya sebesar 79% dan sisanya 21% adalah pengaruh dari faktor lain. Ini berarti bahwa semakin besar pendapatan menyebabkan pembelian "Nasu Cemba" akan meningkat dan semakin banyak jumlah anggota keluarga menyebabkan pembelian "Nasu Cemba" menurun.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis diberi kesempatan dan kesehatan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Penulis menghaturkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Mustaming dan Ibunda Hj. Ramaini atas segala pengorbanannya dan jerih payahnya dalam mendidik, membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh kasih sayang. Demikian pula kepada saudara-saudaraku tercinta atas segala bantuan dan pengertiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di perguruan tinggi, tak lupa penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis juga haturkan kepada :

- Bapak Ir. Abd. Hamid Haddi, MS selaku pembimbing utama dan Bapak Ir. Tanrigiling Rasyid, MS selaku pembimbing anggota yang dengan senang hati meluangkan waktunya memberikan petunjuk, saran dan kritikan yang sangat berharga bagi penulis.
- Bapak Dekan Fakultas Peternakan beserta seluruh stafnya atas segala bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis selama masa studi.

- Pemerintah Daerah Tingkat II Enrekang, dan pemerintah Kecamatan Alla' serta warga masyarakatnya, khususnya di lokasi penelitian ini yang telah banyak memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini.
- Sahabat dan teman sependeritaan, khususnya Gunawan Popang, Abd. Asis, SPt, Agung Bagus Kurnia, Ayying, Chaerul dan Ucha.
- Semua pihak yang turut membantu secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya harapan penulis semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam upaya menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah membalasnya dengan amal yang berlipat ganda. Amin.

Ujung Pandang, Juni 1999

MUSRIADI

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
DAFTAR GAMBAR	v
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	3
Hipotesa	3
Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Daging	5
Motif Pembelian	6
Perilaku Konsumen	10
Permintaan	12
METODE PENELITIAN	13
Tempat dan Penelitian	13
Metode dan Penentuan Sampel	13
Variabel-variabel Penelitian	14
Cara Pengumpulan Data	14
Analisa Data	15
Konsep Operasional	15

	Halaman
KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	17
Letak Geografis	17
Penduduk	19
Pendidikan	21
Mata Pencaharian	22
Luas Lahan dan Penggunaannya	24
Keadaan Sarana	25
HASIL DAN PEMBAHASAN	27
Keadaan Umum Responden	27
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian "Nasu Cemba"	30
KESIMPULAN DAN SARAN	35
Kesimpulan	35
Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	43

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Jumlah Pemotongan Ternak Sapi, Kerbau dan Kambing di Kabupaten Enrekang Tahun 1993 – 1997	2
2.	Luas Daerah dan Jarak dari Ibukota Kecamatan dan Ibukota Kabupaten Dirinci Tiap-tiap Desa di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang	19
3.	Jumlah Penduduk di Kecamatan Alla' Dirinci Menurut Tiap-tiap Desa/Kelurahan	20
4.	Jumlah Rumah Tangga di Kecamatan Alla' Dirinci Menurut Tiap-Tiap Desa/Kelurahan	21
5.	Banyaknya Sekolah, Murid dan Guru di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang	23
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Penduduk di Kecamatan Alla'	24
7.	Luas Lahan dan Penggunaannya di Kecamatan Alla'	25
8.	Keadaan Sarana yang Ada di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang	26
9.	Klasifikasi Kelompok Umur, Responden yang Melakukan Pembelian "Nasu Cemba" di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang	28
10.	Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden yang Melakukan Pembelian "Nasu Cemba" di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang	29
11.	Jenis-jenis Pekerjaan Konsumen yang Melakukan Pembelian "Nasu Cemba" di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang	30
12.	Hasil Analisis Beberapa Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pembelian "Nasu Cemba"	32
13.	Hasil Analisa Varians Pengaruh Semua Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat	33
14.	Hasil Analisis Varians Pengaruh Masing-masing Variabel X Terhadap Variabel Y	34

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Nomor

Teks

1. Peta Wilayah Kecamatan Alla'	39
2. Identitas Responden yang Melakukan Pembelian "Nasu Cemba" Di Kecamatan Alla', Kabupaten Enrekang	40
3. Jumlah Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pembelian "Nasu Cemba" Per Porsi Tiap Responden di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang	41
4. Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda	42
5. Daftar Kuisioner Penelitian	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1. Peta Wilayah Kecamatan Alla'	39

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dan peranan subsektor peternakan sangat diperlukan sebagai penunjang pembangunan nasional. Hal ini tidak terlepas dari peningkatan kualitas hasil peternakan, seperti daging, kulit, susu dan sebagainya. Khususnya daging, sebagai salah satu makanan bergizi tinggi dapat kecerdasan bagi orang yang mengkonsumsi bahan tersebut.

Kebutuhan akan daging dalam masyarakat harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan. Usaha ini perlu diseimbangkan dengan peningkatan pengolahan produk-produk yang terbuat dari daging, agar konsumen merasa lebih puas dalam mengkonsumsinya. Hal ini disebabkan karena daging merupakan sumber penghasilan yang dapat memberikan nilai ekonomi yang cukup tinggi dibandingkan dengan hasil peternakan lainnya.

Di Sulawesi Selatan, khususnya Kabupaten Enrekang kebutuhan daging dari tahun ke tahun terus meningkat yang ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pemotongan ternak, seperti ternak sapi, kerbau dan kambing. Adapun jumlah pemotongan ternak dari tahun 1993 – 1997 di Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Jumlah Pemotongan Ternak Sapi, Kerbau dan Kambing di Kabupaten Enrekang Tahun 1993 – 1997

Tahun	Pemotongan		
	Sapi	Kerbau	Kambing
1993	1.110	320	1.576
1994	1.118	330	1.583
1995	1.121	333	1.597
1996	1.150	294	1.618
1997	1.193	292	1.639

Sumber : Dinas Peternakan Kabupaten Enrekang, 1999

Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dikatakan bahwa konsumsi daging di Kabupaten Enrekang terus meningkat dari tahun ke tahun walaupun menurut data statistik Kabupaten Enrekang bahwa tingkat pendapatan penduduk perkapita pertahun tergolong rendah, yaitu Rp 630.000,- perkapita pertahun sedangkan standar pendapatan perkapita nasional yaitu 1.853.793 perkapita pertahun (Suwito, 1998).

Berdasarkan keadaan tersebut sehingga menimbulkan keinginan untuk meneliti lebih lanjut beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian masakan khas dari Kabupaten Enrekang yang dihasilkan dari daerah Duri. Masakan khas yang dimaksud tersebut adalah 'Nasu Cemba'. Masakan khas ini terbuat dari daging, tetapi pada umumnya terbuat dari daging sapi. Daging ini adalah berupa daging yang masih melekat pada tulang dan dipotong-potong menurut selera kemudian dengan bumbu dan Daun Cemba lalu dimasak dengan air. Setelah masak kemudian siap untuk dihidangkan. Pemberian Daun Cemba dalam masakan

tersebut yang mendasari sehingga masakan khas ini diberi nama 'Nasu Cemba' karena Daun Cemba (*Tamarindus Indica*) ini jarang sekali ditemui di daerah lain.

Sampai saat ini, masakan 'Nasu Cemba' di Daerah Duri masih dimanati oleh sebagian masyarakat di daerah tersebut. Pada umumnya, penjualan 'Nasu Cemba' tersebar di pasar-pasar di Daerah Duri. Jadi masyarakat yang ingin membeli 'Nasu Cemba' akan datang ke pasar. Hal ini berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba) di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan dapat memberikan peranan dalam pencapaian konsumsi daging pada masyarakat di Kabupaten Enrekang pada umumnya dan Kecamatan Alla' pada khususnya.

Perumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba) di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang.

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka dapat diajukan hipotesa sebagai berikut :

- Di duga bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba) adalah faktor pendapatan konsumen, faktor harga dan jumlah anggota keluarga.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian masakan khas Daerah Duri (Nasu Cemba).

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai bahan-bahan informasi mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian (Nasu Cemba).

TINJAUAN PUSTAKA

Daging

Daging merupakan salah satu produksi peternakan yang digunakan sebagai menu dalam makanan manusia karena daging mempunyai nilai gizi yang tinggi. Daging dan bahan makan yang terbuat dari daging merupakan sumber protein dan asam-asam amino esensial yang sangat diperlukan untuk kesehatan manusia (Soeparno, 1992).

Samad dan Soerjadi (1990) menyatakan bahwa daging adalah merupakan salah satu sumber protein hewani yang sangat diperlukan keberadaannya dalam menu kita. Jelas bahwa sapi merupakan salah satu jenis ternak yang mempunyai manfaat yang besar bagi manusia dalam rangka menyediakan bahan makanan yang mengandung protein hewani.

Campa (1993) menyatakan bahwa daging yang baik adalah sangat penting, tetapi merupakan suatu pekerjaan yang tidak mudah. Kriteria yang dapat digunakan untuk memilih daging yang bermutu baik adalah :

1. Daging yang mempunyai kenampakan yang mengkilat, warna cerah dan tidak pucat.
2. Daging masih kenyal dan tidak kaku. Daging yang masih kenyal menandakan daging tersebut masih segar.
3. Apabila dipegang, daging tidak terasa lekat dan masih terasa basah.

Suharno dan Nazaruddin (1994) menyatakan bahwa dengan meningkatnya penduduk Indonesia dan dunia merupakan hal yang membuat prospek peternakan semakin cerah. Dengan meningkatnya jumlah penduduk, maka akan semakin meningkatkan konsumsi terhadap daging. Apalagi ditunjang dengan semakin meningkatnya angka penghasilan perkapita. Dengan demikian daya beli masyarakat akan produk hasil peternakan akan semakin bertambah.

Bandini (1997) menyatakan bahwa kualitas daging sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi genetik, umur, jenis kelamin, lokasi anatomi daging dan kesehatan ternak. Adapaun faktor eksternal meliputi pakan ternak, perlakuan sesaat sebelum disembelih, kebersihan tempat dan alat-alat penyembelihan, kebersihan alat angkut, kios daging, perlakuan didapur sampai pada penyajian dimeja makan.

Motif Pembelian

Assauri (1996) menyatakan bahwa motif pembelian merupakan sebagai pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Motif pembelian dapat dibedakan atas :

- a). Motif pembelian terhadap produk (product motives) yang meliputi semua pengaruh serta alasan yang menyebabkan seorang konsumen membeli produk tertentu.
- b). Motif pembelian terhadap tempat atau penyalur yang menjual produk itu (patronage motives), yang merupakan pertimbangan seorang konsumen

membeli produk pada tempat penyalur tertentu. Selanjutnya dikatakan bahwa pada dasarnya motif pembelian, baik terhadap terhadap produk maupun terhadap tempat atau penyalur yang menjualnya, dapat dibedakan atas pengaruh atau pertimbangan apakah itu bersifat rasional atau bersifat emosional. Motif pembelian yang bersifat rasional adalah pembelian yang dilakukan dengan pertimbangan yang rasional, misalnya karena barang tersebut lebih murah, tahan lama dan dapat dipercaya. Sedangkan motif pembelian terhadap tempat yang menjual produk yang sifatnya rasional adalah pembelian yang dilakukan pada suatu tempat karena tempat tersebut lebih murah, pelayanannya baik dan lokasinya tepat. Motif pembelian terhadap produk yang sifatnya emosional adalah suatu yang mendorong orang untuk membeli produk tanpa adanya pertimbangan dan alasan rasional.

Alma (1992) menyatakan bahwa para pembeli motif-motif pembelian yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Mengenai buying motived ada 3 macam :

1. Primary Buying Motive, yaitu motif pembelian terhadap barang yang sebenarnya, misalnya kalau orang akan makan ia akan makan.
2. Selecting Buying Motive, yaitu pemilihan terhadap barang yang berdasarkan atas rasio, waktu dan emosional. Jadi Selective Buying Motive dapat berbentuk Rasional Buying Motive dan Rasional Buying Motive.

3. Patronage Buying Motive. Ini adalah Selective Buying Motive yang ditujukan kepada tempat. Pemilihan ini bisa timbul karena pelayanan yang memuaskan, tempatnya dekat dengan orang-orang suka berbelanja disitu.

Stanton dan Lamarto (1993) menyatakan bahwa motif beli (buying motive) dikelompokkan mejadi 3 tingkat yang berbeda tergantung dari kesadaran konsumen atau kerelaan untuk memberitahukannya kepada orang lain. Tingkat pertama, motif pembeli suatu barang, biasanya diakui oleh pembeli. Tingkat kedua, pembeli sadar akan alasan mereka membeli sesuai tetapi tidak menyatakan dengan terus terang. Tingkat ketiga, merupakan motif beli yang paling sukar digali, bahkan pembelinya sendiri seringkali tidak mengerti tidak mengerti mengapa mereka membeli suatu barang.

Wanardi (1993) menyatakan bahwa motif konsumen dapat dibedakan atas beberapa jenis, yaitu :

- a. Motif barang atau produk adalah pembelian yang terjadi karena ia lebih suka sesuatu barang yang dibandingkan dengan barang lainnya. Jadi segala keputusan yang diambil berdasarkan keadaan produk.
- b. Motif patronase adalah pembelian yang dilakukan oleh konsumen hanya terdapat pada tempat-tempat tertentu saja. Hal ini biasa disebabkan oleh letak toko atau tempat eceran barang mudah dijangkau. Jadi keputusan membeli motif ini biasanya harga tidak merupakan faktor pertimbangan yang penting.
- c. Motif emosional adalah suatu pembelian berdasarkan atas dorongan nafsu dan bukan atas kesadaran sendiri.

- d. Motif rasional adalah pembelian yang didasarkan atas dorongan yang timbul dari kesadaran sendiri. Tidak terdapat unsur paksaan dari dalam jiwanya. Jadi ia membeli sesuatu karena pertimbangan-pertimbangan yang matang dan ekonomis.

Swastha (1993) menyatakan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan orang membeli dibedakan atas :

1. Motif rasional

Motif rasional adalah motif yang didasarkan atas kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh pembeli. Faktor-faktor yang dipertimbangkan adalah dapat berupa faktor ekonomi seperti faktor penawaran, harga dan permintaan.

2. Motif emosional

Motif emosional adalah motif pembelian yang berkaitan dengan kepuasan orang. Motif ini menimbulkan pembelian barang-barang yang membuat seseorang merasa lebih nyaman

Perilaku Konsumen

Assauri (1996) menyatakan bahwa perilaku konsumen atau pembeli merupakan tindakan individu yang menyangkut pencapaian dan pengguna produk termasuk keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut. Konsumen dalam melakukan pembelian berdasar pada pandangan ekonomi, psikologi, sosiologi dan antropologi. Pembelian atas dasar pertimbangan ekonomi dinyatakan seseorang dalam membuat keputusan merupakan hasil perhitungan

ekonomis yang rasional, sehingga mereka memiliki produk yang dapat memberikan kegunaan yang paling besar, sesuai dengan selera dan dan biaya yang relatif. Dalam pembelian yang didasarkan atas faktor psikologis, menyatakan bahwa seseorang akan selalu didorong oleh konsumen yang dasarnya terbentuk dari pengaruh lingkungan dimana ia berada. Untuk faktor sosiologis, menyatakan bahwa keinginan dan perilaku seseorang sebagian dibentuk oleh kelompok sosial ditempat ia menjadi anggotanya. Berdasarkan faktor antropologi hampir sama dengan faktor sosial, namun lebih mengutamakan kelompok sosial yang lebih besar yang ruang lingkupnya lebih luas, seperti kebudayaan dan kelas sosial.

Kotler (1990) menyatakan bahwa tingkah laku pembeli dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu kebudayaan, (budaya, sub budaya dan kelas sosial); sosial (kelompok, keluarga, peranan dan status); pribadi (usia dan tahap perjalanan hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri); dan psikologi (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap). Kesemuanya ini memberikan petunjuk berkenaan dengan bagaimana menjangkau dan melayani pembeli secara efektif.

Kotler dan Amstrong (1993) menyatakan bahwa pembelian konsumen amat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial pribadi dan psikologi. Faktor budaya memberi pengaruh yang paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen yang mencakup budaya, sub budaya dan kelas sosial pembeli.

Disamping itu pula, tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peran dan status sosial

konsumen. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, seperti umur, pekerjaan, situasi ekonomi dan gaya hidup.

Winardi (1991) menyatakan bahwa perilaku pembeli kita nyatakan sebagai suatu proses teratur, dimana individu-individu berinteraksi dengan lingkungannya untuk tujuan mengambil keputusan-keputusan di pasar tentang barang dan jasa. Setiap konsumen melalui proses keputusan yang sama terdiri dari tahap-tahap berikut : pengenalan problem, mencari informasi, evaluasi informasi, keputusan membeli dan evaluasi setelah pembelian dilakukan. Perilaku spesifik individu di pasar dipengaruhi oleh faktor-faktor intern, seperti kebutuhan, motif-motif, persepsi dan sikap. Pengaruh ekstern, seperti keluarga, kelompok-kelompok sosial peradaban, ekonomi dan pengaruh bisnis.

Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah barang itu sendiri, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera konsumen dan faktor-faktor lainnya (Iswardono, 1990).

Gaspersz (1996) menyatakan bahwa pada dasarnya permintaan dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu dan berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Permintaan suatu barang dan jasa pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga dari barang itu, pendapatan konsumen dan selera konsumen.

Kusumowidho (1990) menyatakan bahwa besarnya permintaan seorang konsumen akan suatu barang tergantung dari tiga hal yang saling mempengaruhi. Tiga hal tersebut adalah kegunaan barang, pendapatan konsumen dan harga barang itu sendiri. Selain itu pula permintaan akan suatu barang dipengaruhi oleh dua hal yaitu harga barang lain dan selera konsumen.

Sudarso (1992) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan permintaan adalah berbagai kemungkinan jumlah barang dan jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk periode waktu tertentu dan dalam suatu pasar tertentu atau dapat dikatakan bahwa permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen dalam suatu pasar untuk periode waktu tertentu pada berbagai kemungkinan tingkat harga atau kemungkinan tingkat pendapatan atau berbagai tingkat harga lain yang mempunyai hubungan dekat.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan yakni mulai dari bulan Pebruari sampai dengan bulan April 1999.

Metode Penentuan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian 'studi kasus' pada beberapa responden yang membeli 'Nasu Cemba' di Pasar Sentral Kecamatan Alla'. Dipasar ini terdapat beberapa penjualan 'Nasu Cemba' sehingga konsumen yang ingin membeli 'Nasu Cemba' akan datang ke pasar ini.

Pemilihan sampel dilakukan secara acak (Random Sampling), yaitu responden dipilih langsung tanpa membedakan status dan dengan pertimbangan bahwa responden ini adalah pembeli yang sedang melakukan pembelian dan mengkonsumsi sendiri di tempat tersebut.

Jumlah responden yang diwawancarai adalah 30 orang atau 10% dari populasi yang ada . 300 responden dari beberapa tempat penjualan 'Nasu Cemba', hanya dipilih sampel sebanyak 3 tempat penjualan dalam artian bahwa tempat penjualan tersebut yang paling ramai dikunjungi oleh konsumen. Jadi pembagian jumlah responden yang diwawancarai adalah masing-masing 10 responden untuk satu tempat penjualan 'Nasu Cemba'

Variabel-variabel Penelitian

Adapun variabel-variabel yang akan diteliti adalah :

- Faktor pendapatan
- Faktor harga
- Faktor jumlah anggota keluarga

Cara Pengumpulan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden. Adapun data primer ini meliputi :
 - a. Identitas Responden :
 - Nama
 - Jenis Kelamin
 - Pendidikan
 - Umur
 - Status
 - Pekerjaan
 - b. Faktor –faktor yang yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian 'Nasu Cemba'.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari instansi terkait dalam wilayah penelitian ini. Data sekunder ini meliputi :
 - a. Letak geografis
 - b. Jumlah penduduk
 - c. Tingkat pendidikan
 - d. Jenis mata pencaharian dan sarana

Analisis Data

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian 'Nasu Cemba', maka digunakan analisis Regresi Linear Berganda, dengan rumus:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + E$$

Dimana :

Y = Pembelian 'Nasu Cemba'

b_0 = intersep

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi parsial untuk X_1, X_2 dan X_3

X_1 = pendapatan konsumen

X_2 = harga 'Nasu Cemba'

X_3 = jumlah anggota keluarga

Konsep Operasional

1. Nasu Cemba adalah masakan khas Daerah Duri yang terbuat dari daging yang masih melekat pada tulang dan dipotong-potong menurut selera kemudian dicampur dengan bumbu dan Daun Cemba lalu dimasak dengan air.
2. Pembelian adalah jalur per porsi 'Nasu Cemba' yang dibeli oleh konsumen dan dikonsumsi sendiri di tempat tersebut dalam sebulan.
3. Konsumsi adalah orang yang membeli 'Nasu Cemba' untuk dikonsumsi sendiri di tempat tersebut.

4. Harga adalah nilai dari "Nusu Cemba" per porsi yang dikonsumsi oleh konsumen dalam satuan rupiah.
5. Pendapatan konsumen adalah seluruh jumlah pendapatan baik pendapatan pokok maupun pendapatan sampingan yang diperoleh selama sebulan dalam satuan rupiah.
6. Jumlah anggota keluarga adalah banyaknya orang yang menjadi tanggungan dalam satu rumah tangga.

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

a. Letak Geografis

Kecamatan Alla' merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Enrekang yang memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Baraka.
- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Mengkendek (Tanah Toraja).
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bongkaradeng (Tana Toraja)
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Anggeraja.

Menurut data statistik, Kecamatan Alla' terdiri dan 1 kelurahan dan 10 desa. Suhu didaerah ini termasuk dingin yang berkisar antara 15-27⁰C dan merupakan daerah pegunungan dimana letak ketinggiannya dari permukaan laut berkisar antara 500m – 1750m diatas permukaan laut.

Wilayah Kecamatan Alla' memiliki luas wilayah sebesar 133,85 Km² dengan jumlah penduduk sekitar 27.908 jiwa yang tersebar di sebelas desa/kelurahan. Berdasarkan jaraknya, jarak ibukota kecamatan (Kelurahan Kabiolangi) dengan ibukota Kabupaten Enrekang sekitar 28 Km. Sedangkan jarak desa-desa dengan ibukota kecamatan berkisar antara 3 – 22 Km. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Luas Daerah dan Jarak dari Ibukota Kecamatan dan Ibukota Kabupaten Dirinci Tiap-tiap Desa di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang

No	Desa/Kelurahan	Luas(Km ²)	Jarak Dari	
			Ibukota Kecamatan	Ibukota Kabupaten
1.	Masalle	26,00	22	60
2.	Matta Allo	8,35	4	34
3.	Kambiolangi	6,43	0	38
4.	Baroko	9,40	5	43
5.	Benteng Alla'	11,13	8	46
6.	Rampunan	24,25	20	58
7.	Sumillan	4,59	3	41
8.	Batu Kede	18,1	11	49
9.	Pana	4,95	5	43
10.	Tongko	9,41	8	46
11.	Banteng Alla,Utara	11,14	13	51

Sumber : Data Statistik Kecamatan Alla', 1999.

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa Desa Masalle memiliki daerah yang paling luas yaitu 26 km² dan Desa Sumillan yang memiliki daerah yang paling sempit. Sedangkan dilihat dari jaraknya ibukota kabupaten, maka Desa Mata Allo merupakan desa yang paling dekat dengan ibukota kabupaten dan yang paling jauh yaitu Desa Sumillan.

b. Penduduk

Kecamatan Alla' merupakan salah satu kecamatan dan 6 kecamatan yang ada di Kabupaten Enrekang dan berada di peringkat ke tiga berdasarkan jumlah penduduknya. Laju pertumbuhan penduduk selama tiga tahun terakhir terbilang cukup tinggi yaitu 11,6% / tahun. Tingginya tingkat pertumbuhan penduduk di daerah ini karena masih banyaknya perkawinan di usia muda walaupun jumlah anggota keluarga tidak begitu banyak.

Penyebaran penduduk di Kecamatan Alla' menunjukkan keadaan yang tidak merata. Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Penduduk di Kecamatan Alla' Dirinci Menurut Tiap-tiap Desa/Kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk	Peresentase
1.	Massalle	3.603	12,91
2.	Mata Allo	1.106	3,96
3	Kambiolangi	5.047	18,08
4	Baroko	2.013	7,21
5	Banteng Alla'	1.138	4,08
6	Rampunan	3.519	12,61
7	Sumillan	2.051	7,35
8	Batu Kede	2.051	11,32
9	Pana	3.160	7,23
10	Tongko	2.017	8,65
11	Benteng Alla' Utara	2.413	6,60
	Jumlah	27.908	100

Sumber: Data Statistik Kecamatan Alla', 1999

Pada tabel tersebut di atas terlihat bahwa kelurahan Kambiolangi yang merupakan ibukota kecamatan memiliki jumlah penduduk yang paling tinggi yaitu 5.047 jiwa atau sekitar 18,08 % sedangkan yang terendah adalah Desa Mata Allo yang memiliki jumlah penduduk sebesar 1.106 jiwa atau sekitar 3,96 %. Tingginya jumlah penduduk di Kelurahan Kambiolangi disebabkan karena daerah ini merupakan daerah pusat perdagangan hasil-hasil pertanian dan peternakan yang ada di Kabupaten Enrekang sehingga banyak masyarakat yang menetap di daerah ini.

Disamping memiliki jumlah penduduk yang paling tinggi, Kelurahan Kambiolangi juga memiliki kepadatan penduduk tiap km² dan rumah tangga yang paling tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk di Kecamatan Alla' Dirinci Menurut Tiap-tiap Desa/Kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Rumah Tangga	Kepadatan Penduduk (tiap km ²)
1.	Massalle	673	139
2.	Mata Allo	185	167
3.	Kambiolangi	883	740
4.	Baroko	378	214
5.	Banteng Alla'	455	200
6.	Rampunan	578	145
7.	Sumillan	395	437
8.	Batu Kede	641	174
9.	Pana	400	407
10.	Tongko	400	256
11.	Benteng Alla' Utara	504	165
Jumlah		5.499	3.044

Sumber: Data Statistik Kecamatan Alla', 1999

Berdasarkan tabel 3, terlihat bahwa kepadatan penduduk tiap desa/kelurahan terdapat perbedaan yang cukup besar. Kelurahan Kambiolangi memiliki kepadatan penduduk tiap km² yang paling tinggi yaitu 740 penduduk tiap km² dan yang terendah adalah Desa Masalle yaitu 139 penduduk tiap km². Untuk jumlah rumah tangga, Kelurahan Kambiolangi juga memiliki jumlah rumah tangga yang paling banyak yaitu 883 rumah tangga sedangkan yang terendah adalah Desa Mata Allo yaitu 185 rumah tangga.

c. Pendidikan

Penyelenggara pendidikan di Kecamatan Alla' merupakan salah satu wujud nyata kepedulian pemerintah setempat untuk membangun warganya agar terhindar dari buta huruf. Sistem pendidikan ini tetap berdasarkan pada Pancasila dalam rangka untuk meningkatkan dan mempertinggi ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta untuk meningkatkan kecermatan, keterampilan dan budi pekerti agar nantinya tumbuh sebagai manusia-manusia pembangunan yang mampu mengabdikan dirinya untuk membangun dan bertanggung jawab atas kemajuan bangsa.

Pembangunan sarana pendidikan di Kecamatan Alla' khususnya pendidikan tingkat dasar sudah ada di tiap-tiap desa / kelurahan. Untuk lebih jelasnya, tingkat sarana pendidikan di Kecamatan Alla' secara terperinci dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Banyaknya Sekolah, Murid dan Guru di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang.

No.	Pendidikan	Sekolah	Murid	Guru
1.	Taman Kanak-kanak	3	126	6
2.	SD Negeri dan Inpres	32	5.460	196
3.	SLTP Negeri	5	1.429	132
4.	SLTA Negeri dan swasta	4	814	70
5.	Ibtidaiyah, Tsanawiyah, aliyah dan madrasah	7	878	73
Jumlah		51	8.707	467

Sumber : Data statistik Kecamatan Alla'

Berdasarkan tabel 5, nampak bahwa Kecamatan Alla' juga memiliki TK yang berjumlah 3 buah dengan murid 126 orang dan diajar oleh 6 orang guru. Sedangkan untuk SD baik Negeri maupun Inpres berjumlah 32 sekolah dengan jumlah murid 5.640 orang dan tenaga pengajar berjumlah 196 orang guru yang tersebar di 11 desa / kelurahan yang ada di Kecamatan Alla'.

Dengan tersedianya sekolah yang lengkap di Kecamatan Alla' mulai dari TK – SMA dapat menggambarkan bahwa telah tersedia kualitas sumber daya manusia yang dapat ditingkatkan untuk dijadikan sumber daya manusia yang handal dengan disertai peran aktif sekolah dalam daerah tersebut.

d. Mata Pencaharian

Penduduk di Kecamatan Alla' sebagian besar memiliki mata pencaharian sebagai petani dan peternak. Disamping itu pula ada penduduk yang hidup sebagai

buruh, pedangan, PNS, pengrajin dan sebagainya. Untuk lebih jelasnya, mata pencaharian penduduk dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Penduduk di Kecamatan Alla'

No.	Jenis Mata Pencaharian	Banyaknya (orang)	Prosentase (%)
1.	Petani	11.373	41.55
2.	Nelayan	-	-
3.	Pengusaha besar/kecil	376	1.33
4.	Pengrajin	350	1.25
5.	Buruh industri	394	1.41
6.	Buruh bangunan	310	1.11
7.	Buruh pertambangan	12	0.04
8.	Buruh perkebunan	120	0.42
9.	Pedagang	382	1.36
10.	Pengangkutan	366	1.31
11.	PNS	732	2.61
12.	ABRI	34	0.12
13.	Pensiunan	174	0.62
14.	Peternak	13.373	47.77
Jumlah		27.996	100

Sumber : Data Statistik Kecamatan Alla', 1999

Berdasarkan tabel 6, nampak bahwa penduduk yang hidup sebagai petani memilih tingkat yang paling tinggi dan hanya sebagian kecil yang memiliki profesi yang lain dan yang terendah yaitu penduduk yang hidup sebagai ABRI. Keadaan ini disebabkan karena daerah ini merupakan daerah yang subur dan sejuk

dimana suhunya berkisar $15 - 27^{\circ}\text{C}$ dengan curah hujan pertahun sekitar 870 mm/tahun.



e. Luas Lahan dan Penggunaanya

Kecamatan Alla' yang memiliki luas lahan yang tidak begitu sempit telah dimanfaatkan oleh seluruh penduduk untuk memanfaatkan lahan tersebut seperti untuk sawah, lahan tanah kering, perkebunan dan sebagainya. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Luas Lahan dan Penggunaanya di Kecamatan Alla'

No	Jenis Lahan	Jumlah (Ha)	Persentase
1.	Sawah	607	2,32
2.	Tanah Kering	12.779	48,84
3.	Tegalan	5.178	19,79
4.	Pekarangan	314	1,2
5.	Perkebunan	4.039	15,44
6.	Padang Rumput	560	2,14
7.	Kolam/Tambak	28	0,11
8.	Hutan	1.873	7,16
9.	Lainnya	787	3,01
	Jumlah	26.165	100

Sumber : Data Statistik Kecamatan Alla', 1999.

Berdasarkan tabel 7, nampak bahwa lahan di Kecamatan Alla' cukup dimanfaatkan oleh penduduk yang bermukim di daerah tersebut hanya sebagian kecil lahan yang tidak digunakan. Lahan tanah kering merupakan pemanfaatan lahan yang paling luas yaitu 12.779 Ha atau sekitar 48,84 %. Hal ini disebabkan

karena kondisi wilayah Kecamatan Alla' merupakan wilayah pengunungan sehingga masyarakatnya memanfaatkan lahan sebagai lahan kering dan hidup sebagai petani. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya hasil-hasil pertanian yang berasal dari Kecamatan Alla' yang berkualitas seperti salak, kopi, coklat, dan sebagainya. Untuk penggunaan lahan yang paling sempit yaitu lahan yang digunakan sebagai lahan tambak yaitu seluas seluas 28 Ha atau sekitar 0,11 %. Hal ini disebabkan karena kurangnya masyarakat yang ingin bergelut dalam bidang perikanan, khususnya tambak.

f. Keadaan Sarana

Fasilitas-fasilitas yang ada di Kecamatan Alla' cukup dapat dikatakan cukup banyak dan hampir seluruhnya tersebar di seluruh desa/ kelurahan yang ada di Kecamatan Alla'. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Keadaan Sarana Yang Ada di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang.

No.	Sarana	Jumlah	Persentase
1.	Perdagangan	1	0,32
2.	Pendidikan	51	16,50
3.	Peribadatan	95	30,74
4.	Kesehatan	45	14,56
5.	Lapangan Olahraga	113	36,57
6.	Rekreasi	4	1,29
Jumlah		309	100

Sumber : Data Statistik Kecamatan Alla', 1999

Berdasarkan tabel 8, terlihat bahwa fasilitas olahraga di Kecamatan Alla' cukup banyak dan mencakup sarana olahraga sepak bola, bulu tangkis, tennis meja, voley dan tennis lapangan, dimana keseluruhannya berjumlah 113 buah atau sekitar 36,57%. Hal ini disebabkan karena masyarakat Alla' sebagian besar memiliki hoby berolahraga dan lapangan olahraga tersebut hampir merata disetiap desa/kelurahan di Kecamatan Alla'. Sedangkan sarana perdagangan hanya terdapat 1 buah sehingga seluruh masyarakat yang ingin menjual hasil produksinya akan berada di tempat ini.

HASIL PEMBAHASAN

Kecadaan Umum Responden

- Umum Responden

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat berbagai kelompok umur yang bervariasi. Untuk lebih jelasnya, konsumen yang melakukan pembelian 'Nasu Cemba' dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Klasifikasi Kelompok Umur Responden Yang Melakukan Pembelian 'Nasu Cemba' di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang

No	Kalisifikasi Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase
1.	30 – 35	13	43,33
2.	36 – 40	7	23,33
3.	41 – 45	5	16,67
4.	46 – 50	5	16,67
Total		30	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 1999

Dari tabel 9, terlihat bahwa konsumen yang melakukan pembelian 'Nasu Cemba' memiliki klasifikasi umur yang berbeda. Pembelian 'Nasu Cemba' paling banyak dilakukan oleh kelompok umur 30 – 35 tahun, yaitu 43,33%. Kemudian kelompok umur 36 – 40 tahun, yaitu 23,33%. Untuk kelompok umur 41 – 45 tahun dan 46 – 50 tahun masing – masing berjumlah 5%. Hal ini membuktikan bahwa golongan usia yang produktif lebih banyak mengkonsumsi 'Nasu Cemba'

untuk memulihkan tenaga dan untuk menambah zat gizi yang diakibatkan oleh banyaknya aktifitas sehari-hari dibandingkan dengan usia non-produktif.

- Tingkat Pendidikan

Klasifikasi tingkat pendidikan konsumen yang berhasil diwawancarai juga bervariasi berdasarkan pendidikan formal. Untuk lebih jelasnya klasifikasi tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden Yang Melakukan Pembelian 'Nasu Cemba' Di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
1.	SLTP dan sederajat	2	6,67
2.	SLTA dan sederajat	16	53,33
3.	Sarjana	5	16,67
4.	Sarjana lengkap	7	23,33
Total		30	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 1999.

Berdasarkan tabel 10, dapat terlihat bahwa tingkat pendidikan konsumen yang terbanyak melakukan pembelian 'Nasu Cemba' adalah tingkat pendidikan SLTA, yaitu 53,33% dan yang paling rendah adalah tingkat SLTP, yaitu 6,67%. Didominasi pembelian 'Nasu Cemba' oleh tamatan pendidikan SLTA disebabkan karena mereka masih sadar akan pentingnya kebutuhan akan zat gizi yang tinggi utamanya dari protein hewani untuk tubuh kita walaupun tingkat pendidikan mereka tergolong rendah.

Pekerjaan

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa konsumen yang melakukan pembelian 'Nasu Cemba' di Kecamatan Alla' juga memiliki pekerjaan yang berbeda-beda jenisnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Jenis-jenis Pekerjaan Konsumen Yang Melakukan Pembelian 'Nasu Cemba' di Kecamatan Alla' Kabupaten Enrekang

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase
1.	Petani	12	40
2.	Pegawai dan petani	7	23,33
3.	Pegawai	3	10
4.	Wiraswasta	5	16,67
5.	Sopir	3	10
Total		30	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 1999

Berdasarkan tabel 11, terlihat bahwa konsumen yang melakukan pembelian 'Nasu Cemba' sebagian besar adalah petani, yaitu 40% dan yang terendah adalah konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai dan pekerjaan sebagai sopir, yaitu 10%. Hal ini membuktikan bahwa golongan petani di kecamatan Alla' sebagian besar merupakan petani yang berhasil sehingga mereka juga mengkonsumsi 'Nasu Cemba' sesuai dengan kemampuannya sedangkan untuk golongan pegawai hanya untuk pegawai yang memiliki gaji yang cukup lumayan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian 'Nasu Cemba'

Berdasarkan hasil penelitian, variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap variabel Y (pembelian 'Nasu Cemba') adalah faktor pendapatan, faktor harga dan faktor jumlah anggota keluarga. Ternyata faktor harga tidak dapat dimasukkan dalam variabel analisa Regresi Berganda karena data dari variabel harga tidak bervariasi atau seragam yaitu Rp 4.750,-. Dengan demikian hanya variabel pendapatan dan variabel jumlah anggota keluarga yang dapat dianalisa dengan Regresi Linear Berganda.

Adapun hasil perhitungan analisa Regresi Linear Berganda untuk melihat pengaruh X (variabel pendapatan dan variabel jumlah anggota keluarga) terhadap variabel Y (pembelian 'Nasu Cemba') dapat dijelaskan pada tabel 12.

Tabel 12. Hasil Analisis Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembelian 'Nasu Cemba'

Variabel	Koef. Regresi	Stand. Error	T(df=27)	Prob.
X ₁	0,000004	0,0000008	5,613	0,00001
X ₂	-0,3606	0,0688	-5,241	0,00002
Const.	1,9421			

Sumber : Data Hasil Olahan, 1999.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan berdasarkan penjabaran dari rumus regresi linear berganda dan diolah dengan sistem komputer, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1,9421 + 0,000004 X_1 - 0,3606 X_2 + E$$

Angka-angka tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

b_0 : 1,9421 artinya apabila $X_1 = X_2 = 0$, maka diharapkan nilai $Y = 1,9421$.

b_1 : 0,000004, artinya apabila pendapatan konsumen (X_1) naik 10.000 rupiah, maka akan menyebabkan pembelian 'Nasu Cemba' (Y) naik sebesar 0,04 mangkok dengan asumsi jumlah anggota keluarga konstan atau dengan kata lain semakin besar pendapatan menyebabkan pembelian 'Nasu Cemba' akan meningkat.

b_2 : - 0,3606, artinya apabila jumlah anggota keluarga (X_2) naik 1 orang maka akan menyebabkan pembelian 'Nasu Cemba' (Y) turun sebesar 0,3606 dengan asumsi pendapatan konsumen konstan atau semakin banyak jumlah anggota keluarga menyebabkan pembelian 'Nasu Cemba' menurun.

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas (X_1 dan X_2) yang dimasukkan dalam persamaan regresi mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak, maka digunakan uji F yang dilakukan dengan menggunakan peralatan analisis varians, yang pengujiannya digunakan tingkat keberartian 5% dan 1%. Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat padaa tabel 1

Tabel 13. Hasil Analisa Varians Pengaruh Semua Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Sumber Keragaman	DF	Jumlah Kuadrat	Kuadrat Tengah	F Hitung	F Tabel	
					5%	1%
Regresi	2	25,3797	12,6898	22,413**	3,35	5,48
Sisa	27	15,2870	0,5662			
Total	29	40,6667				

Sumber : Data Hasil Olahan, 1999.

Keterangan : ** = berpengaruh sangat nyata

Berdasarkan tabel 13, terlihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel pada taraf signifikan 5% dan 1%. Jadi dengan demikian hal ini memberi gambaran bahwa variabel bebas X_1 (pendapatan konsumen) dan X_2 (jumlah anggota keluarga) berpengaruh sangat nyata terhadap variabel Y (pembelian 'Nasu Cemba').

Untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel X (pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga) terhadap variabel Y (pembelian 'Nasu Cemba'), maka digunakan uji T atau keberartian hubungan dari variabel X secara terpisah terhadap variabel Y. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Hasil Analisis Varians Pengaruh Masing-mawsing Variabel X terhadap Variabel Y

Variabel	T Hitung	T Tabel		Prob.
		5%	1%	
X ₁	5,613**	2,0518	2,7707	0,00001
X ₂	-5,241**			0,00002

Sumber : Data Hasil Olahan, 1999.

Keterangan : ** = Berpengaruh sangat nyata

Berdasarkan tabel 14, terlihat bahwa kedua variabel tersebut (X₁ dan X₂) berada pada daerah penolakan Ho baik pada taraf signifikan 5% maupun pada taraf signifikan 1%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel X₁ (pendapatan konsumen) dan variabel X₂ (jumlah anggota keluarga) keduanya berpengaruh sangat nyata terhadap variabel Y (Pembelian 'Nasu Cemba').

Untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi pembelian 'Nasu Cemba' maka digunakan koefisien korelasi parsial yang diberi simbol 'r' dan untuk melihat berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap pembelian 'Nasu Cemba' (lihat lampiran 4). Adapun hasil perhitungannya dapat dijabarkan sebagai berikut :

$R^2 : 0,79$, artinya besarnya sumbangan variabel X_1 dan X_2 terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y sebesar 79% sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain.

$r_1 : 0,54$, artinya apabila X_2 konstan, maka sumbangan X_1 terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y sebesar 54%.

$r_2 : 0,50$, artinya apabila X_1 konstan, maka sumbangan X_2 terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y sebesar 50 %.

Jadi faktor yang paling mempengaruhi pembelian 'Nasu Cemba' adalah faktor pendapatan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Faktor pendapatan konsumen dan faktor jumlah anggota keluarga berpengaruh sangat nyata terhadap pembelian 'Nasu Cemba' dan sumbangan pengaruhnya sebesar 54% dan 50%.
- Secara keseluruhan pengaruh variabelk bebas, yaitu pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap variabel terikat yaitu pembelian 'Nasu Cemba' sebesar 79% dan sisanya 21% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain.
- Variabel harga tidak berpengaruh terhadap pembelian 'Nasu Cemba' karena harga 'Nasu Cemba' tidak bervariasi atau harganya sama, yaitu Rp 4.750,-

Saran

Untuk menciptakan persaingan harga, maka disarankan agar penjual 'Nasu Cemba' sedapat mungkin menekan harga supaya lebih murah dan harga dapat bervariasi sehingga dapat berpengaruh terhadap pembelian 'Nasu Cemba'.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 1996. *Manajemen Pemasaran (Konsep, Dasar dan Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Alma, B. 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Jakarta.
- Bandibi, Y. 1997. *Sapi Bali*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Campa, I. 1993. *Permintaan Daging di Indonesia*. Artikel Majalah Peternakan Indonesia No. 95/2993. Ditjen Peternakan Indonesia.
- Kotler, P. 1990. *Manajemen Pemasaran (Analisa, Perencanaan dan Pengendalian)*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 1993. *Dasar-dasar Pemasaran (Principles Of Marketing)*. Erlangga, Jakarta.
- Kusumowidho. 1990. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Suharso, B dan Nazaruddin. 1994. *Ternak Komersial*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Stanson, W.J dan Lamarto, Y. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Soeparno. 1992. *Ilmu dan Tekmologi Daging*. Gadjah Mada University Pres, Yogyakarta.
- Samad dan Soeradji. 1990. *Peternakan Umum*. CV Yasaguna, Jakarta.
- Swastha, B. 1993. *Manajemen Penjualan*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Sudarso. 1992. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Rineka Cipta, Statistik, Jakarta.
- Suwito, S. 1998. *Statistik Indonesia*, Biro Pusat Statistik, Jakarta.
- Winardi. 1991. *Marketing dan perilaku Konsumen*. CV Mandar Maju, Bandung.
- Winardi. 1993. *Asas-asas Marketing*. CV Mandar Maju, Bandung.