

ANALISIS PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, SELERA KONSUMEN, DAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN OLAHAN SINGKONG (Studi Kasus pada Konsumen Makanan Olahan Singkong di Pasar Kuliner Desa Kerjan)

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, INCOME, CONSUMER TASTE, AND EDUCATION ON THE PURCHASE DECISION OF CASSAVA PROCESSED FOOD (Case Study on Cassava Processed Food Consumers in the Pasar Kuliner Desa Kerjan)

Camelia Nur Ashilla Khoirunisa¹, Marlianasari Putri
Fakultas Industri Halal, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

ABSTRACT

The tourism potential of Gunungkidul developed by the Al Mumtaz Integrated Islamic Boarding School through the Pasar Kuliner Desa Kerjan (PAKUDERJAN) is useful for accommodating the potential as well as the creativity of the surrounding community. One of the culinary delights sold at PAKUDERJAN is processed cassava food. To attract and increase visitors at PAKUDERJAN, knowledge of consumer behavior is needed to determine the direction of PAKUDERJAN's development. The purpose of this study was to determine the effect of price, income, consumer tastes, and education on purchasing decisions for processed cassava food. The approach used in this study is a qualitative approach with multiple linear regression analysis techniques with the help of SPSS version 25.0 for Windows software. The process carried out in multiple linear regression analysis is validity test, reliability test, coefficient of determination F test, and T test. The conclusion of this study is to mention that the variables of price, income, consumer tastes, and education do not have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Consumer Taste, Purchase Decision, Cassava

INTISARI

Potensi wisata Gunungkidul yang dikembangkan oleh Pondok Pesantren Terpadu Al Mumtaz melalui Pasar Kuliner Desa Kerjan (PAKUDERJAN) bermanfaat untuk mewadahi potensi sekaligus kreatifitas masyarakat sekitar. Salah satu kuliner yang dijual di PAKUDERJAN adalah makanan olahan singkong. Untuk menarik sekaligus menambah pengunjung di PAKUDERJAN diperlukan pengetahuan tentang perilaku konsumen guna menentukan arah pengembangan PAKUDERJAN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan, selera konsumen, dan pendidikan terhadap keputusan pembelian makanan olahan singkong. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS versi 25.0 for Windows*. Proses yang dilakukan pada analisis regresi linier berganda yaitu uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi uji F, dan uji T. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu menyebutkan bahwa variabel harga, pendapatan, selera konsumen, dan pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Selera Konsumen, Keputusan Pembelian, Singkong

¹Correspondence author: Camelia Nur Ashilla Khoirunisa. email: camelianurashilla@gmail.com

PENDAHULUAN

Singkong merupakan salah satu jenis makanan pokok yang banyak diminati masyarakat Indonesia (Sirait et al, 2021). Menurut Soenarso (2004) alasan utama masyarakat lebih berminat mengkonsumsi singkong karena proses penanaman yang sederhana dan cara mendapatkannya yang mudah. Singkong dapat tumbuh subur di Gunungkidul karena terletak di ketinggian 200-700 m di atas permukaan laut, ketinggian yang sesuai bagi tumbuhan umbi singkong (Sidebang et al., 2022). Berdasarkan potensi sumberdaya wilayah Gunungkidul, sebagian besar masyarakat memilih bekerja sebagai petani dengan komoditas pertanian utama yaitu singkong. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, produksi singkong di Gunungkidul melimpah, mencapai 827.669 ton (BPS, 2021).

Masyarakat memiliki minat menanam singkong karena singkong merupakan jenis umbi-umbian yang dikenal menjadi bahan makanan alternatif pengganti beras (Yulia et al, 2018). Dengan memanfaatkan teknologi dan pengolahan yang tepat, disamping sebagai pemenuhan kebutuhan pokok pangan masyarakat, singkong juga berpotensi untuk diolah menjadi kuliner khas Gunungkidul. Potensi tersebut digunakan oleh Pondok Pesantren Terpadu Al Mumtaz melalui Pasar Kuliner Desa Kerjan (PAKUDERJAN) untuk mewujudkan potensi sekaligus kreatifitas masyarakat. Untuk menarik sekaligus pengembangan PAKUDERJAN diperlukan pengetahuan tentang perilaku konsumen. Penilaian perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan olahan singkong penting untuk dilakukan karena akan menentukan arah pengembangan PAKUDERJAN.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga, pendapatan, selera konsumen, serta pendidikan kepada keputusan pembelian makanan olahan singkong. Hasil pendalaman ini diharapkan bisa menjadi masukan untuk pengurus dan pedagang PAKUDERJAN

guna menambah inovasi produk sehingga bisa memajukan PAKUDERJAN.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan pembelian konsumen ialah langkah demi langkah yang dilakukan pelanggan saat membeli suatu produk barang ataupun jasa (Moenir, 2008). Permintaan seseorang atau kelompok kepada suatu produk dipengaruhi beberapa faktor diantaranya; harga produk itu sendiri, harga produk lain yang erat kaitannya dengan produk tersebut, tingkat pendapatan rumah tangga serta pendapatan rata-rata masyarakat, pola distribusi pendapatan di masyarakat, selera masyarakat, banyaknya penduduk, serta prediksi tentang kondisi di waktu yang akan datang (Sukirno, 2005).

Harga, pendapatan, selera konsumen, dan pendidikan merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan keterangan sebagai berikut:

1. Harga

Banyaknya nilai uang yang harus dikeluarkan konsumen ketika memperoleh suatu produk adalah definisi dari harga (Sutojo, 2007). Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan harga, membandingkan harga barang yang mereka pilih, lalu menilai kesesuaian harga dengan mutu barang dengan banyaknya uang yang dibayarkan.

2. Pendapatan

Pendapatan merupakan perolehan yang diterima suatu individu atau perusahaan melalui penciptaan serta penyerahan barang, jasa, atau aktivitas lainnya yang menyebabkan kenaikan aktiva atau penurunan kewajiban usaha pada rentang waktu tertentu. Banyaknya pemasukan yang diterima konsumen ditentukan oleh tingkatan pembelajaran serta profesinya.

3. Selera konsumen

Selera konsumen yaitu sesuatu yang menjadi perhatian konsumen ketika mencari, membeli, dan memakai produk yang diperlukan dengan membuat kesan ketika menggunakan produknya. Produsen wajib memahami perbedaan dan kesamaan selera

konsumen supaya konsumen bisa merasakan produknya dengan puas.

4. Pendidikan

Menurut Setiadi (2005) pendidikan merupakan bagian utama dari ilmu kependudukan. Konsumen dengan tingkat pendidikan tinggi cenderung menganalisis produk sebelum melakukan keputusan pembelian.

HIPOTESIS

Berdasarkan pada teori yang telah dijabarkan, dalam penelitian ini ditarik beberapa hipotesis yaitu:

H1 = diduga harga (X1) memiliki pengaruh signifikan akan keputusan pembelian (Y) makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

H2 = diduga pendapatan konsumen (X2) memiliki pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian (Y) makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

H3 = diduga selera konsumen (X3) memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian (Y) makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

H4 = diduga pendidikan (X4) mempunyai pengaruh signifikan akan keputusan pembelian (Y) makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

METODE

Penggunaan metode pada penelitian ini ialah studi kasus di Pasar Kuliner Deso Kerjan (PAKUDERJAN) yang terletak di Jalan Jogja-Wonosari KM 25, Kerjan, Beji, Patuk, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh cara observasi dan wawancara langsung kepada pengurus, pedagang, dan pengunjung di PAKUDERJAN memakai list pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun sebelumnya.

Karena tidak ada informasi tentang total populasi di PAKUDERJAN, jumlah sampel bisa ditentukan dengan memakai rumus dibawah ini (Isa & Istikomah, 2019):

$$E = 1,96 \frac{\sqrt{P(1-P)}}{N}$$

Keterangan rumus:

E = Error

P = Proporsi populasi

N = Banyaknya sampel

Level signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05 agar memperoleh hasil yang baik. Sesuai rumus di atas diperoleh perhitungan sampel sebanyak 96,04 orang lalu dibulatkan menjadi 100 orang. *Sampling* yang dipakai pada penelitian adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability Sampling* merupakan anggota populasi yang tidak mempunyai peluang sama untuk menjadi anggota sampel dan jenis dari pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yaitu responden dipilih langsung karena pertimbangan tertentu, yaitu individu yang datang dan membeli makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan mengutip literatur (seperti majalah, surat kabar, brosur) yang relevan dengan tujuan peneliti (Paradiba et al., 2014).

Metode kualitatif merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, dengan wawancara langsung dengan responden melalui kuesioner dan wawancara dengan penjual olahan singkong dengan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan mengenai objek yang diteliti. Peneliti juga membuat pendokumentasian kegiatan penelitian dengan bukti fisik berupa foto atau video.

Definisi operasional variabel penelitian adalah penjelasan dari variabel-variabel yang dipakai pada penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 4 variabel, dengan variabel dependen sebanyak 1 (keputusan pembelian), dan variabel independen sebanyak 3, yang terdiri dari harga barang, pendapatan konsumen, selera konsumen, dan pendidikan. Pada tabel 1. Dapat dilihat definisi operasional variabel penelitian ini pada tabel 1:

Tabel 1. Definisi Operasional Penelitian

Jenis Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Harga (X1)	Sejumlah barang atau jasa yang dapat dimiliki seseorang untuk mendapat manfaat dengan cara membayar produk tersebut.	1. Daya saing harga produk 2. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 3. Keterjangkauan harga produk 4. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Pendapatan konsumen (X2)	Penghasilan yang seseorang dalam bentuk upah, gaji atau sebagainya.	1. Skala nominal 2. Satuan Rupiah
Selera Konsumen (X3)	Citra yang didapat pembeli ketika merasakan barang yang dijual oleh pedagang.	1. Kesan konsumen 2. Nilai guna produk 3. Bentuk dari produk
Pendidikan (X4)	Jenjang pendidikan formal tertinggi yang ditamatkan oleh penduduk ditandai dengan sertifikat atau ijazah.	1. Jawaban opsional jenjang pendidikan
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu keputusan final yang diambil seseorang atau kelompok untuk membeli suatu produk barang atau jasa dengan pertimbangan tertentu.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier berganda yaitu uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi uji F, dan uji T. Analisis regresi linier berganda ialah model persamaan yang menjelaskan keterkaitan satu variabel terikat (dependen) dengan dua atau lebih variabel bebas (independen) (Yuliara, 2016).

Secara matematis persamaan regresi linier berganda dituliskan seperti di bawah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Permintaan makanan olahan singkong (variabel tak bebas)

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Harga

b2 = Koefisien Regresi Pendapatan

b3 = Koefisien Regresi Selera Konsumen

b4 = Koefisien Regresi Pendidikan

X1 = Harga Makanan Olahan Singkong

X2 = Pendapatan Konsumen

X3 = Selera Konsumen

X4 = Pendidikan Konsumen

e = *error item* (variabel bebas lain di luar model regresi) (Sipahutar, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas bermanfaat guna mengetahui kesesuaian atau ketepatan kuesioner yang dipakai peneliti ketika mendapatkan data serta mengukur data penelitian dari para responden. Peneliti menggunakan nilai signifikansi (P-Value) dalam uji validitas ini, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka berkesimpulan bahwa butir pertanyaan pada kuesioner valid.

- Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka berkesimpulan bahwa butir pertanyaan pada kuesioner tidak valid.

Ada 4 variabel X yang dipakai dalam operasional variabel pada penelitian ini, yang terdiri dari sub-sub variabel serta satu variabel Y.

1. Variabel X1 yaitu variabel harga yang terdiri dari X1.1 daya saing harga, X1.2 harga produk terjangkau, X1.3

- kesesuaian harga dengan produk, X1.4 kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat.
2. Variabel X2 merupakan variabel pendapatan konsumen.
 3. Variabel X3 merupakan variabel selera konsumen yang terdiri dari X3.1 kesan konsumen terhadap penampilan produk, X3.2 kepuasan dan kenikmatan rasa, X3.3 Bentuk produk makanan olahan singkong.
 4. Variabel X4 yaitu variabel pendidikan.
- Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner mengenai uji validitas pada butir pernyataan pada variabel independen diambil dari data yang melalui SPSS versi 25.0 Windows, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Independen

Variabel	Pearson Correlation	Significant (2-tailed)	Keterangan
X1.1	0,642	0,000	Valid
X1.2	0,758	0,000	Valid
X1.3	0,743	0,000	Valid
X1.4	0,773	0,000	Valid
X2	0,360	0,000	Valid
X3.1	0,729	0,000	Valid
X3.2	0,616	0,000	Valid
X3.3	0,686	0,000	Valid
X4	0,203	0,038	Valid

Dari pernyataan tabel 2. diatas mengenai uji validitas, dapat disimpulkan bahwasanya signifikansi dari semua variabel adalah valid karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka kemudian diambil kesimpulan bahwa pertanyaan dari kuesioner sudah valid serta layak untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel disebut reliabilitas. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu maka suatu kuesioner itu dikatakan reliabel atau handal. Kuesioner disebut reliabel jika semua variabel memiliki hasil koefisien *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 (Isa & Istikomah, 2019)

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Variabel Independen

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,789	9

Sumber: Data output diolah dengan program SPSS versi 25.0 For Windows

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel penelitian ini bisa dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* pada variabel ini lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,789 maka membuktikan bahwa semua pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat diprediksi ketepatan pengaruh yang terjadi dengan menggunakan metode analisis regresi

linier berganda (Isa & Istikomah, 2019). Analisis regresi berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan konsumen, selera konsumen, serta tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan pembelian makanan olahan singkong di PAKUDERJAN. Tabel 2. menunjukkan hasil perhitungan dengan program SPSS mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Output Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standart error	t-hitung	Sig.
Konstanta	1,575	0,828	1,901	0,060
Harga (X1)	0,203	0,174	1,165	0,247
Pendapatan (X2)	0,070	0,154	0,450	0,654
Selera Konsumen (X3)	-0,049	0,165	-0,294	0,769
Pendidikan (X4)	-0,149	0,127	-1,170	0,245
R-Square	0,031			
Adjusted R-Square	-0,010			
Multiple R	0,177 ^a			
f-hitung	0,765			0,550 ^b
f-tabel	2,466			
t-tabel	1,985			

Bentuk model persamaan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

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

Maka persamaan fungsi regresi linier berganda dalam penelitian ini berdasarkan model persamaan diatas adalah:

$$Y = 1,575 + 0,203X_1 + 0,070X_2 - 0,049X_3 - 0,149X_4 + e$$

- a. Nilai konstanta = 1,575 menunjukkan bahwa apabila harga makanan olahan singkong (X1), pendapatan konsumen (X2), selera konsumen (X3), serta tingkat pendidikan (X4) bernilai 0, maka variabel jumlah permintaan makanan olahan singkong sebanyak 1,575.
- b. b1 adalah koefisien regresi dari harga makanan olahan singkong (X1) dengan nilai sebesar 0,203, maknanya dengan asumsi harga bernilai tetap (tidak berubah), maka akan meningkatkan keputusan pembelian makanan olahan singkong sebesar 0.435. Hasil ini signifikan pada Alpha 5% dari hasil uji t.
- c. b2 adalah koefisien regresi dari variabel tingkat pendapatan nilai sebesar 0,070, mengandung arti apabila setiap adanya peningkatan nilai variabel tingkat pendapatan sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai variabel keputusan pembelian makanan olahan singkong

sebesar 0,070, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).

- d. b3 adalah koefisien regresi dari variabel selera konsumen dengan nilai sebesar – 0,049, bermakna apabila setiap adanya peningkatan nilai variabel jumlah selera konsumen sebesar satu satuan maka akan menurunkan nilai variabel keputusan pembelian makanan olahan singkong sebesar 0,049, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).
- e. b3 bernilai sebesar –0,149 yang merupakan koefisien regresi dari variabel tingkat pendidikan, bermakna apabila setiap adanya kenaikan nilai variabel jumlah tingkat pendidikan sebesar satu satuan maka akan menurunkan nilai variabel keputusan pembelian makanan olahan singkong sebesar 0,149, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).

4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang disebabkan variabel independen (X) secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen (Y), dapat dilihat pada tabel 3. nilai koefisien determinasi.

Tabel 5. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,177 ^a	0,031	-0,010	1,018

Berdasarkan data pada tabel 5, menunjukkan nilai R sebesar 0,177 atau (17%). Nilai R menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen harga makanan olahan singkong (X1), pendapatan konsumen (X2), selera konsumen (X3), dan tingkat pendidikan (X4) sebesar 17%. Sedangkan sebesar 83% sisanya dipengaruhi dari variabel lain diluar penelitian.

5. Uji F (Simultan)

Uji F berfungsi untuk melihat ada atau tidaknya dampak simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pada uji F yang dijadikan dasar pengambilan keputusan yaitu:

a. Apabila nilai signifikansi < 0,05 dengan F hitung > F tabel artinya ada pengaruh variabel bebas (X) secara simultan pada variabel terikat (Y), maka hipotesis diterima.

b. Apabila nilai signifikansi > 0,05 dengan F hitung < F tabel artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) secara simultan pada variabel terikat (Y), maka hipotesis ditolak.

$$F \text{ tabel} = F(k; n-k) = F(4; 96) = 2,466$$

Dalam melakukan pengujian tersebut, dibutuhkan nilai f-hitung yang didapat dari hasil olah data dengan memakai program komputer SPSS. Nilai f-hitung bisa diketahui berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 6. Nilai Hasil Uji F Berdasarkan SPSS

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	3,175	4	0,794	0,765	0,550 ^b
	Residual	98,535	95	1,037		
	Total	101,710	99			

Sesuai dengan hasil uji statistik didapatkan nilai f-hitung = 0,765 dengan taraf tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) f hitung < f tabel atau $0,765 < 2,466$. Kondisi ini menyatakan bahwa variabel bebas; harga makanan olahan singkong (X1), pendapatan konsumen (X2), selera konsumen (X3), dan tingkat pendidikan (X4) secara simultan tidak berpengaruh dengan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan olahan singkong.

6. Uji T (Parsial)

Uji T berfungsi untuk memahami ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y).

Uji t memiliki dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

a. Apabila nilai signifikansi < 0,05 dengan t hitung > t tabel artinya adanya pengaruh variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y), maka hipotesis diterima.

b. Apabila nilai signifikansi > 0,05 dengan t hitung < t tabel artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y), maka hipotesis ditolak.

$$t \text{ tabel} = t(\alpha / 2; n-k-1) = t(0,025; 95) = 1,985$$

Nilai t-hitung untuk setiap variabel bebas bisa dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Nilai T hitung berdasarkan Output SPSS 25

Variabel	Koefisien Regresi	Standart eror	t-hitung	Sig.
Konstanta	1,575	0,828	1,901	0,060
Harga (X1)	0,203	0,174	1,165	0,247
Pendapatan (X2)	0,070	0,154	0,450	0,654
Selera Konsumen (X3)	-0,049	0,165	-0,294	0,769
Pendidikan (X4)	-0,149	0,127	-1,170	0,245

Dari hasil olahan data output SPSS pada tabel 7, menyatakan adanya hubungan variabel bebas secara parsial dengan variabel terikat. Nilai t tabel dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) sebesar 1,985. Keterangan terkait setiap variabel bebas sebagai berikut:

a. Harga Makanan Olahan Singkong (X1)

Harga suatu barang mempunyai pengaruh terhadap permintaannya. Menurut hukum permintaan secara umum, permintaan untuk makanan olahan singkong akan meningkat ketika harga suatu barang turun, dan sebaliknya permintaan akan berkurang ketika kenaikan harga suatu barang terjadi. Jelas dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa permintaan dan harga tidak akan berkorelasi positif.

Dalam pengaruh X1 kepada Y diketahui nilai signifikansi sebesar $0,247 > 0,05$ serta nilai t hitung $1,165 < t$ tabel 1,985 pada tingkat kepercayaan 95%, sehingga bisa diketahui bahwa variabel harga tidak terdapat pengaruh positif serta tidak signifikan kepada keputusan pembelian makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

b. Pendapatan Konsumen (X2)

Diketahui nilai signifikan dalam pengaruh X2 kepada Y yaitu sebesar $0,654 > 0,05$ serta nilai t hitung $1,450 < t$ tabel 1,985, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa faktor pendapatan konsumen tidak memiliki pengaruh positif serta tidak signifikan terhadap keputusan pembelian makanan olahan singkong di PAKUDERJAN. Hal tersebut menjelaskan bahwa pendapatan konsumen tidak berpengaruh terhadap

permintaan makanan olahan singkong, dikarenakan rata-rata pembeli makanan olahan singkong ialah para pelajar, guru serta karyawan pondok pesantren, di sini mereka memilih membeli makanan olahan singkong karena sudah ditanamkan sikap mencintai produk sendiri dalam upaya pemberdayaan ekonomi pesantren. Berdasarkan hasil wawancara pada konsumen dari luar pondok pesantren mengatakan bahwa mereka memilih makanan olahan singkong karena singkong merupakan makanan khas Yogyakarta.

c. Selera Konsumen (X3)

Terdapat nilai signifikan dalam pengaruh X3 kepada Y yaitu sebesar $0,769 > 0,05$ serta nilai t hitung $-0,294 < t$ tabel 1,985, kemudian bisa diambil kesimpulan yaitu faktor selera konsumen tidak terdapat pengaruh positif serta tidak signifikan kepada keputusan pembelian makanan olahan singkong di PAKUDERJAN

d. Pendidikan (X4)

Pengaruh X4 terhadap Y memiliki nilai signifikan sebesar $0,245 > 0,05$ dengan tingkat kepercayaan 95 % dan nilai t hitung $-1,170 < t$ tabel 1,985, dengan demikian dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan kepada keputusan pembelian makanan olahan singkong di PAKUDERJAN.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Menurut hasil analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan seperti berikut:

1. Karakteristik konsumen pengunjung di PAKUDERJAN secara umum yang mengonsumsi makanan olahan singkong masuk golongan usia remaja hingga pra

dewasa dengan 67% berjenis kelamin perempuan. Dengan rata-rata pengunjung berasal dari santri, pelajar atau mahasiswa dengan pendapatan menengah kebawah yang memiliki selera konsumsi makanan tradisional terutama singkong.

2. Harga (X1), pendapatan konsumen (X2), selera konsumen (X3), dan tingkat pendidikan (X3), setiap variabel X secara parsial tidak terdapat pengaruh positif serta tidak signifikan akan keputusan pembelian makanan olahan singkong (Y) di PAKUDERJAN. Variabel X secara simultan atau bersama-sama juga tidak memiliki pengaruh secara signifikan kepada variabel Y (permintaan).

Saran

Berlandaskan hasil kesimpulan yang telah diteliti, maka saran yang dapat diberikan yaitu terdapat kemungkinan variabel lain seperti iklan, kualitas, prediksi masa depan, dan lain-lain yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan olahan singkong di PAKUDERJAN, sehingga perlu dikaji lebih dalam agar pihak pengurus, pengelola, maupun pedagang PAKUDERJAN dapat memperoleh informasi dan pengetahuan untuk meningkatkan minat produk oleh konsumen sehingga terjadi transaksi pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2021). *Produksi Singkong di Kabupaten Gunungkidul*. Daerah Istimewa Yogyakarta
- Isa, M., & Istikomah, R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 21(2), 98–110. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t082385>
- Moenir. (2008). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Paradiba, D., Mappatoba, M., & Lamusa, A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Impor Indonesia. *ETD Unsyiah*, 5(5), 564–

571.

- Sidebang, G. H. M., H, J. R. B., Pandansari, A. A. D., Arya Dwiardana, I. A. P. W., Agosto, G., Sasongko, Y. A. Y., Saputra, F. A. R., Rachelia, N., Putra, A. O. A., & Pratama, Y. M. (2022). Pemanfaatan Hasil Alam Ubi Kayu Pada Desa Umbulrejo, Kecamatan Ponjong, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 2(1).
- Sirait, M. B., & Nuswantara, B. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Singkong Keju Di Argotelo Salatiga. *Ziraa'Ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 46(3), 343. <https://doi.org/10.31602/zmip.v46i3.5253>
- Soenarso. 2004. *Memelihara Kesehatan Jasmani Melalui Makanan*. Bandung: ITB press.
- Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)
- Sutojo. (2007). *Menyusun Strategi Harga*. Jakarta : Damar Mulia Pustaka.
- Yulia, E., & Sugiarto, E. (2018). Analisis Teori Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Keripik Singkong. *Seminar Nasional Unisla*, 4–10.
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Berganda*. Universitas Udayana, 18.