

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH
PEMBELIAN BUAH SALAK DI AGROWISATA OMAH SALAK
KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN**

SKRIPSI

Oleh

AHMAD ABDUL LATIF



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH
PEMBELIAN BUAH SALAK DI AGROWISATA OMAH SALAK
KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN**

Oleh

**AHMAD ABDUL LATIF
NIM: 23040115120001**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan
dan Pertanian Universitas Diponegoro**

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Abdul Latif
NIM : 230115120001
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Karya Ilmiah yang berjudul :
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Buah Salak di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman dan penelitian yang terkait dengan karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya ilmiah ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui karya ilmiah ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu : **Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.** dan **Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S.**

Apabila kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka saya bersedia gelar akademik yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Semarang, Desember 2019

Penulis



Ahmad Abdul Latif

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.
NIP. 19570226 198603 1 002

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S.
NIP. 19560317 198303 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI JUMLAH PEMBELIAN
BUAH SALAK DI AGROWISATA OMAH
SALAK KECAMATAN TURI KABUPATEN
SLEMAN

Nama Mahasiswa : AHMAD ABDUL LATIF

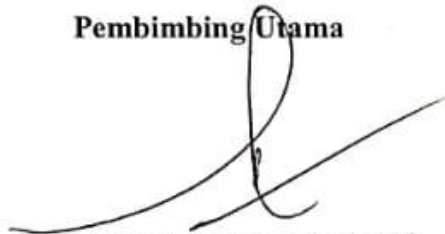
Nomer Induk Mahasiswa : 23040115120001

Program Studi/Departemen: AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal...17 9 DEC 2019...

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S.

Ketua Program Studi



Dr. Sriroso Satmoko, M.Si.

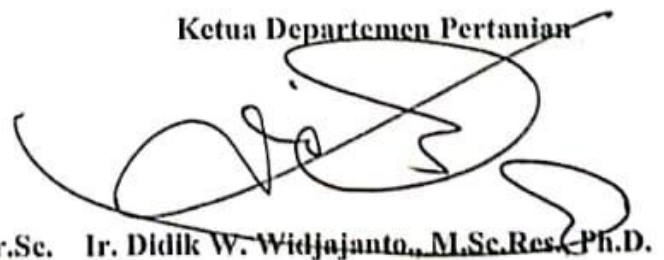


Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Departemen Pertanian



Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S., M.Agr.Sc.



Ir. Didik W. Widhajanto, M.Sc.Res., Ph.D.

Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S.,M.Agr.Sc. Ir. Didik W. Widjajanto., M.Sc.Res., Ph.D.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH
PEMBELIAN BUAH SALAK DI AGROWISATA OMAH SALAK
KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN**

**(Analysis Factors - Factors Affecting Of Total Purchase Salak Fruits In
Omah Salak Agritourism, Turi District, Sleman Regency.)**

**OLEH :
Ahmad Abdul Latif**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jumlah pembelian konsumen terhadap buah salak dan menganalisis pengaruh faktor harga buah salak, harga produk substitusi, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen, dan selera konsumen terhadap jumlah pembelian buah salak di Agrowisata Omah Salak Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Penelitian dilaksanakan pada Juni-Agustus 2019. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* pada Agrowisata Omah Salak di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan sampel sebanyak 100 pengunjung yang diambil secara *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pembelian salak di Agrowisata Omah Salak rata-rata sebanyak 5,3 kg pada setiap pembelian dan jenis buah salak yang paling banyak dibeli adalah salak pondoh super. Variabel harga buah salak (X1), harga buah jeruk (X2), pendapatan konsumen (X3), jumlah anggota keluarga konsumen (X4), selera konsumen (X5) secara serempak berpengaruh nyata terhadap jumlah pembelian salak di Agrowisata Omah Salak. Secara parsial variabel pendapatan konsumen (X3), jumlah anggota keluarga konsumen (X4), dan selera konsumen (X5) berpengaruh nyata terhadap jumlah pembelian salak di Agrowisata Omah Salak. Variabel harga buah salak (X1) dan harga buah jeruk (X2) tidak berpengaruh terhadap jumlah pembelian salak di Agrowisata Omah Salak.

Kata kunci : buah salak, faktor, jumlah pembelian.

ABSTRACT

This research aims to the effect of total purchase salak fruits and to determine of variable salak prices, the price of orange, household income of consumers, family size of consumers, taste of consumers, and the attractiveness of agritourism that affect the total purchase of salak fruits in Omah Salak Agritourism. This research was carried out in June to August 2019. The research location determined by purposive at Omah Salak Agritourism in sub-district Turi, Sleman regency. This research was used survey method with 100 visitor taken by accidental sampling. The data analytical method used multiple linear regression. The result showed the average of salak purchases at Agro Tourism Omah Salak 5,3 kg every time buyer and the most fruit is salak pondoh super. The variable of salak price (X1), the price of orange (X2), household income of consumers (X3), family size of consumers (X4), taste of consumers (X5) and the attractiveness of agritourism simultaneously have real effect on the total purchase of salak fruits in Omah Salak Agritourism. Partially the variable of household income of consumers (X3), family size of consumers (X4), and the taste of consumers (X5) have real effect on the total purchase of salak fruits. The variable of price of salak price (X1), price of orange(X2) have no effect on the total purchase of salak fruits in Omah Salak Agritourism.

Keywords: salak fruit's, factor, total purchase

KATA PENGANTAR

Buah salak merupakan komoditas buah lokal yang memiliki peluang pasar tinggi, baik dalam negeri maupun luar negeri. Semakin banyak permintaan akan buah salak, mengharuskan pemasar atau produsen semakin meningkatkan inovasinya dalam menjual buah salak. Agrowisata Omah Salak merupakan salahsatu inovasi pendorong dalam pemasaran salak. Pemaaran salak merupakan bagian dari penawaran, yang di pengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu harga buah salak, harga jeruk, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen, dan selera konsumen.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas segala rahmat dan berkah-Nyalah penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian buah salak di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya hingga akhir zaman.

Selesainya skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. dan Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini,

2. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.S selaku dosen wali, yang telah memberikan dukungan motivasi kepada penulis.
3. Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S.,M.Agr.Sc., selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian, Ir. Didik Wisnu Widjajanto, M.Sc.Res., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian, Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku ketua Program Studi S-1 Agribisnis dan Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M. Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis
4. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro terutama Program Studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis.
5. Bapak Karwadi dan ibu Siti Umaroh, selaku kedua oarang tua penulis yang tiada hentinya memberikan doa dan mengobarkan semangat kepada anaknya untuk terus semangat menggapai cita- citanya,
6. Guru-guru saya khususnya K.H. R. M Sam'ani Khoiruddin, S.Ag. Alm. dan Ust. M. Nur Salafuddin Al-Hafidz yang tiada hentinya mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis,
7. Bapak Surya Agung S, S.T. dan Ibu Ari Erta selaku Direktur CV SAS Indomerapi dan Pengelola utama Agrowisata Omah Salak yang telah mengijinkan dan membimbing penulis selama proses penelitian skripsi.
8. Seluruh karyawan Agrowisata Omah Salak dan seluruh responden
9. Sahabat empat serangkai Hendro Sarjito, Sigit Prasetyo Aji, dan Rizal Muttaqin yang selalu menginspirasi dan memberikan motivasi kepada penulis,

10. Calon teman hidup Najahur Rizqiyah, abah Anwar dan dek iif yang selalu memberikan doa, motivasi dan dukungan,
11. Keluarga kamar 1 Pondok Pesantren Kyai Galang Sewu yang senantiasa memberikan motivasi dukungan,
12. Sahabat Agribisnis A 2015 yang telah memberikan doa, dukungan dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan bagi penulis demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir berupa skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3. Hipotesis Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Salak	5
2.2. Teori Permintaan	5
2.2.1. Faktor Harga	6
2.2.2. Faktor Pendapatan Konsumen	7
2.2.3. Faktor Jumlah Anggota Keluarga	8
2.2.4. Faktor Selera Konsumen	9
2.3. Agrowisata	10
BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1. Kerangka Pemikiran	12
3.2. Waktu dan Penentuan Lokasi Penelitian	13
3.3. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel	13
3.4. Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data	14
3.5. Analisis Data	14

3.5.1. Uji Normalitas	15
3.5.2. Uji Hipotesis	15
3.5.2.1. Uji Simultan (Uji F)	15
3.5.2.2. Uji Parsial (Uji T)	16
3.5.2.3. Koefisien Determinasi (R^2)	17
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	17
3.5.3.1. Uji Multikolinearitas	17
3.5.3.2. Autokorelasi	17
3.5.3.3. Heteroskedasitas	18
3.5.4. Uji Kelayakan Instrumen	18
3.5.4.1. Uji Validitas	18
3.5.4.2. Uji Reliabilitas	19
3.5.4.3. Uji Regresi Linier Berganda	19
3.6. Batasan Istilah dan Pengukuran	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	22
4.1.1. Keadaan Geografis	22
4.1.2. Keadaan Umum Agrowisata Omah Salak	24
4.2. Karakteristik Responden	26
4.3. Variabel-Variabel Penelitian	32
4.3.1. Jumlah Pembelian Buah Salak	32
4.3.2. Harga Buah Salak (X_1)	35
4.3.3. Harga Buah Jeruk (X_2)	37
4.3.4. Pendapatn Konsumen (X_3)	37
4.3.5. Jumlah Anggota Keluarga Konsumen (X_4)	39
4.3.6. Selera Konsumen (X_5)	41
4.3.7. Daya Tarik Wisata (D_1)	41
4.4. Uji Normalitas	42
4.5. Uji Hipotesis	43
4.5.1. Uji Simultan (Uji F)	44
4.5.2. Uji Parsial (Uji T)	45
4.5.3. Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.5.4. Uji Asumsi Klasik	51
4.5.4.1. Uji Multikolinearitas	51
4.5.4.2. Autokorelasi	52
4.5.4.3. Heteroskedasitas	53
4.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Produksi Salak Per Kecamatan di Kabupaten Sleman 2017	23
2. Produksi Buah-buahan Per Desa di Kecamatan Turi 2017	24
3. Harga Buah Salak di Agrowisata Omah Salak	26
4. Karakteristik Responden	27
5. Jumlah Responden Menurut Jumlah Pembelian Buah Salak	33
6. Variabel-Variabel Penelitian	34
7. Jumlah dan Presentase Berdasarkan Minat Responden dalam Pembelian Salak Berdasarkan Jenisnya di Agrowisata Omah Salak..	35
8. Jumlah dan Presentase Berdasarkan Pengetahuan Harga Jeruk dan Pengaruh Harga Jeruk terhadap Pembelian Salak	37
9. Persentase Pendapatan Responden	38
10. Persentase Jumlah Anggota Keluarga Konsumen	39
11. Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga terhadap Pembelian Salak	40
12. Daya Tarik Konsumen terhadap Lokasi Agrowisata Omah Salak dalam Pembelian Buah Salak	42
13. Uji F	44
14. Uji T	46
15. Uji Koefisien Determinasi	50
16. Uji Multikolinearitas	51
17. Autokorelasi <i>Durbin Watson</i>	52
18. Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda	54

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	12
2. Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot	53

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	66
2. Lokasi Penelitian di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman	70
3. Identitas Responden	73
4. Data Siap Olah	78
5. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	86
6. Hasil Uji Kolmogorof Smirnov	87
7. Uji Hipotesis	88
8. Biaya Asumsi Klasik	90
9. Dokumentasi	94
10. Riwayat Hidup	95