

PENGARUH HARGA, PENDAPATAN DAN SELERA TERHADAP PEMBELIAN CABAI MERAH KRITING PADA KONSUMEN DI PASAR BARU BATURAJA KABUPATEN OKU

THE EFFECT OF PRICE, INCOME AND TASTE ON THE PURCHASE OF RED CURLY CHILI AMONG CONSUMERS IN MARKET BARU BATURAJA, OKU DISTRICT

ALDO SAMUDRA¹, HENNY ROSMAWATI², WINDI LESTARI²

¹ Jurusan Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Baturaja

^{2,3} Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Baturaja

E-mail : aldo240403@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Besarnya pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU yaitu sebesar 63,1% sedangkan sisanya 36,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Pendapatan, Selera dan Pembelian Cabai

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, income, and taste on the purchase of curly red chilies by consumers at Pasar Baru Baturaja, OKU Regency. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The results of the study indicate that there is an influence of price, income, and taste on the purchase of curly red chilies by consumers at Pasar Baru Baturaja, OKU Regency. The magnitude of the influence of price, income, and taste on the purchase of curly red chilies by consumers at Pasar Baru Baturaja, OKU Regency is 63.1%, while the remaining 36.9% is explained by other factors outside this research model.

Keywords: *Price, Income, Taste and Purchase of Chilies*

PENDAHULUAN

Cabai merupakan salah satu komoditi sayur-sayuran yang memiliki peranan penting di pasaran dalam negeri ataupun luar negeri. Produksi cabai total (cabai merah dan cabai rawit) di Indonesia tahun 2023 sebesar 3,11 juta ton. Dengan produksi yang cukup tinggi ini, Indonesia mempunyai potensi pasar yang bagus di perdagangan dunia. Sekarang ini banyak makanan dan minuman yang berbahan baku

cabai, sehingga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi ketika cabai sudah dilakukan pengolahan. Cabai merah (*Capsicum annum*) merupakan satu dari berbagai jenis komoditas hortikultura yang memiliki nilai permintaan tinggi dan berpengaruh besar terhadap dinamika perokoniman nasional (Direktorat Jendral Hortikultura, 2025). Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dan dibutuhkan sebagai tambahan bumbu masakan, dan merupakan

sumber vitamin C (Dermawan, 2019; Harmudin *et al*, 2024).

Potensi Cabai sebagai komoditi andalan ekspor Indonesia sebenarnya cukup besar, namun peran Indonesia sebagai produsen maupun eksportir cabai segar masih kecil. Provinsi sentra penghasil cabai terbesar dengan kontribusi kumulatif mencapai 90,65% terhadap total produksi cabai Indonesia. Provinsi penghasil cabai terbesar adalah Jawa Barat, provinsi ini merupakan produsen cabai terbesar dengan persentase kontribusi mencapai 20,91% dari total produksi cabai Indonesia.

Produksi cabai merah di Provinsi Sumatera Selatan terus meningkat dari tahun 2022 hingga 2023, akan tetapi tahun 2024 produksi cabai mengalami penurunan yang cukup pesat yaitu dari 25.497 ton menjadi 15.270 ton, penurunan ini menyebabkan kurangnya pasokan di pasar sehingga kebutuhan konsumen tidak terpenuhi. Kebutuhan akan cabai merah diasumsikan akan terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri makanan yang membutuhkan bahan baku cabai. Hal ini menyebabkan komoditi ini menjadi komoditi yang paling sering menjadi pembicaraan di seluruh lapisan masyarakat karena harganya dapat melambung sangat tinggi pada saat-saat tertentu (BPS, 2024).

Harga merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menjadi

perhatian pada saat cabai merah mengalami kenaikan harga yang sangat tinggi. Pembeli adalah salah satu pelaku pasar yang akan mengalami dampak pada kenaikan harga cabai merah yang tinggi. Dari sudut pandang pembeli, harga sering digunakan sebagai indikator nilai yang dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa. Dimana nilai dari cabai merah bagi konsumen adalah tinggi, karena cabai merupakan kebutuhan olahan sehari-hari pada makanan, sehingga ketika komoditi tersebut mengalami kenaikan harga yang sangat tinggi, konsumen akan mengalami banyak pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam membeli cabai merah tersebut (Nasution, 2019; Ema & Putri, 2021).

Harga cabai merah yang mengalami perbedaan harga setiap bulannya bisa dilihat pada tabel tersebut. Harga cabai merah keriting sering kali memiliki harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan cabai merah besar, hal ini menjadi gejala masyarakat untuk tertarik dan lebih memilih membeli cabai merah keriting karena harganya lebih murah dan lebih terjangkau dikalangan masyarakat, selain itu cabai merah keriting memberikan rasa yang lebih pedas sehingga lebih diminati masyarakat.

Pendapatan adalah upah yang diterima oleh seseorang dari hasil usaha atau kerjanya yang diperolehnya. Beberapa

pendapat para ahli mengenai pendapatan sebagai berikut menurut Sukirno (2018) pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu. Kegiatan usaha pada akhirnya memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan.

Menurut Lumintang (2019) pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat. Selera merupakan kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah pada waktu ke waktu. Meningkatnya selera terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut begitu pula sebaliknya menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang dan jasa.

Menurut Noor (2019) konsumen adalah faktor penting dalam dunia ekonomi. Sifat dasar konsumen adalah

memuaskan kepentingan (kebutuhan atau need dan keinginan atau wants) konsumennya. Selanjutnya sifat dasar konsumen tentu akan mempengaruhi pada perilakunya, perilaku konsumen akan berpengaruh pada aktivitas perekonomian. Perilaku konsumen adalah hal terpenting yang perlu diketahui oleh pelaku ekonomi khususnya produsen. Bagi para produsen perilaku konsumen dapat dijadikan sebagai bahan penyusunan strategi usahanya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, apalagi jika mengingat perilaku dari setiap individu dalam proses pembelian adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami keputusan konsumen dalam mencapai tujuan.

Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi masyarakat untuk mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan pembelian. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam permintaan terhadap suatu barang dapat berupa harga dari barang itu sendiri, harga barang lain (barang substitusi), jumlah anggota keluarga, dan selera. Selanjutnya dalam proses pembelian cabai merah juga sangat berkaitan faktor-faktor pertimbangannya antara lain lokasi

pembelian, harga produk, kualitas produk, gaya hidup serta sikap masyarakat terhadap produk tersebut (Saodah dan Malia, 2017).

Memahami perilaku konsumen penting sekali bagi pengusaha, pemasar, maupun biro iklan. Pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa konsumen melakukan keputusan pembeliannya akan dapat membantu pasar untuk membuat keputusan-keputusan yang tepat dalam menentukan strategi pemasarannya. Hal ini disebabkan karena pada umumnya konsumen bersikap selektif terhadap suatu produk yang dipasarkan, ini berarti tidak semua produk yang dipasarkan produsen, akan diterima atau menimbulkan respon untuk membelinya. Perilaku konsumen tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembeliannya.

Bertitik tolak dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU”, dengan tujuan mendeskripsikan keputusan konsumen dalam pembelian cabai merah kriting di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian cabai merah kriting tersebut.

METODELOGI

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Pasar Baru Kecamatan Baturaja Timur. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Pasar Baru Kecamatan Baturaja Timur. Alasan memilih lokasi penelitian tersebut karena Pasar baru merupakan pasar yang banyak konsumen dengan berbagai jenis kalangan. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan April – Juni 2025.

B. Metode Penelitian

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei yang menggunakan kuisioner untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu harga (X_1), pendapatan konsumen (X_2) dan Selera (D) terhadap variabel dependen yaitu pembelian cabai kriting (Y).

C. Metode Penarikan Contoh

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan ketika sampel bertemu dengan peneliti secara kebetulan dan memenuhi kriteria. Jumlah sampel yang diambil adalah 30 pembeli cabai kriting di Pasar Baru Kecamatan Baturaja Timur.

D. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari konsumen yang melakukan pembelian cabai kriting saat penelitian. Data diperoleh dengan menggunakan kuisioner kemudian data yang didapatkan diolah secara tabulasi dan dianalisis dengan analisis regresi linear berganda (Oktarina *et al*, 2025). Data sekunder di peroleh dari instansi terkait seperti Dinas Pertanian dan Badan Pusat Statistik yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

E. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul dan telah di ditabulasikan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta D + e$$

Keteranagn:

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisiensi

X_1 = Harga (Rp/Kg)

X_2 = Pendapatan (Rp/bulan)

D = Selera

1 = Cabai Merah Kriting

0 = Cabai Merah Besar

Y = Pembelian Cabai Kriting

(Kg)

0 = konstanta

E = Error

a) Uji R² (Determinasi)

Uji R² digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2 \dots X_n$) secara serentak terhadap (Y). Jika R² mendekati 1 artinya model yang digunakan semakin baik dan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sudah baik. Namun jika nilai R² mendekati 0 artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

$$R^2 = \frac{\sum(\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2}$$

Keterangan :

R² = Kofesiensi

$\hat{Y}$ = Hasil estimasi nilai variabel dependen

$\bar{Y}$ = Rata-rata nilai variabel dependen

Y = Nilai opservasi variabel dependen

b) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2 \dots X_n$) secara serentak terhadap (Y). Jika R² mendekati 1 artinya model yang digunakan semakin baik dan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel independen sudah baik dengan kata lain, untuk mengetahui apakah model regresi yang terbentuk layak digunakan atau tidak. Uji F dalam uji

regresi sering kali disebut sebagai uji overall. Rumus regresi linear berganda untuk F hitung dari uji ini adalah sebagai berikut:

$$f_{hitung} = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)} = \frac{r(n-k-1)}{k(1-r)}$$

kemudian nilai F hitung tersebut dibandingkan dengan nilai tabel uji F dengan derajat bebas pembilang = k-1 dan penyebut = n-k (di mana k = jumlah variabel independen dan n = banyak sampel). Hipotesis model tidak layak digunakan akan ditolak jika nilai F hitung > dari F tabel dan sebaliknya jika F hitung < F tabel maka gagal menolak Ho.

c) Parsial (uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen di dalam model yang terbentuk berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini dilakukan untuk setiap variabel independen yang ada di dalam model. Rumus linier berganda untuk mencari nilai t hitung adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Keterangan:

b_i = Koefisiensi regresi variabel i

se = Standar error variabel b_i

Derajat signifikan yang digunakan adalah 0,05.

Hipotesis:

$t_{hitung} > \text{tabel}$ maka tolak Ho

$t_{hitung} < \text{nilai } t \text{ tabel}$ maka terima Ho

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menganalisis pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU digunakan regresi linier berganda. Dari hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,631$ hal ini menunjukkan bahwa pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU dapat dijelaskan sebesar 63,1% oleh variabel harga (X_1), pendapatan (X_2) dan selera (D) sedangkan sisanya 36,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hasil regresi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Pembelian Cabai Merah Kriting Pada
Konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU

No	Variabel	Koefisien	Thitung	sig	Taraf Nyata
1.	Konstanta	-2.606	-1.363	0,185	
2.	Harga	0.000059	2.066	0,049	**
3.	Pendapatan	0.00000059	2680	0,013	**
4.	Selera	2.411	6.284	0,000	*
$R^2 = 0,631$					
Fhitung = 24,187					

Sumber : Analisis Data Primer, 2025 (diolah)

Keterangan :

** : Taraf 1% atau 0,01

* : Taraf 5% atau 0,05

Dari hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -2.606 (\beta_0) + 0.000059 (X_1) + 0.00000059 (X_2) + 2.411 (D_1)$$

Untuk pembahasan pengaruh dari masing-masing variabel mengenai Pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Untuk lebih jelasnya hasil analisis akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukan tanda koefisien positif dengan nilai variabel Harga (X_1) sebesar 0.000059

menunjukan bahwa apabila harga bawang merah bertambah bertambah 1 rupiah maka pembelian cabe merah kriting akan meningkat sebesar 0.000059 Kg. Berdasarkan hasil uji t diperoleh sebesar 0,049 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka diketahui bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Hal tersebut karena, pada saat penelitian harga cabai merah kriting mengalami penurunan harga dan harga yang ditawarkan oleh penjual terjangkau. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ifazah et al., 2021) menyatakan bahwa harga merupakan faktor dominan yang utama mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sayuran di pasar tradisional

karena harga yang ditawarkan relatif lebih murah.

2. Pendapatan

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan tanda koefisien positif dengan nilai variabel Pendapatan (X_2) sebesar 0.00000059 menunjukkan bahwa apabila pendapatan konsumen bertambah 1 rupiah maka pembelian cabe merah kriting akan meningkat sebesar 0.00000059 Kg. Berdasarkan hasil uji t diperoleh sebesar 0,013 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka diketahui bahwa variabel Pendapatan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Dengan ini artinya, semakin tinggi pendapatan, konsumen cenderung akan memutuskan untuk membeli cabai merah kriting dan merupakan faktor pendorong bagi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Sesuai dengan hasil penelitian (Amellia & Wijaya, 2024) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Selera

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan tanda koefisien positif dengan nilai variabel Selera (D) sebesar 2.411 menunjukkan bahwa apabila selera konsumen meningkat maka pembelian cabe

merah kriting akan meningkat sebesar 2.411 Kg. Berdasarkan hasil uji t diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,01$, maka diketahui bahwa variabel Selera (D) berpengaruh signifikan terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Dengan ini artinya, semakin tinggi selera konsumen dapat membuat konsumen lebih memilih untuk membeli cabai merah kriting. Sesuai dengan hasil penelitian (Asmaida & Putra, 2023) yang menyatakan bahwa selera merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU. Besarnya pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap pembelian cabai merah kriting pada konsumen di Pasar Baru Baturaja Kabupaten OKU yaitu sebesar 63,1% sedangkan sisanya 36,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini

B. Saran

Berdasarkan analisis dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil saran sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan adanya penelitian lebih lanjut terhadap kemungkinan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli cabai merah keriting. Responden dalam penelitian selanjutnya diharapkan lebih banyak lagi agar mendapatkan hasil data yang lebih akurat dan maksimal.
2. Bagi konsumen cabai merah keriting agar lebih memperhatikan kualitas kesegaran cabai merah keriting yang akan dikonsumsi.
3. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat membantu produsen untuk lebih memahami keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Amellia, R., & Wijaya, I. P. E. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Cabai Rawit (*Capcicum frutescens* L.). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 20(1), 65-76.
- Asmaida, A., & Putra, I. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Volume Pembelian Cabe Merah di Pasar Sulak Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 8(1), 30-41.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Sumatera Selatan: Badan Pusat Statistik.
- Dermawan, Harpenas Asep. 2019. *Budidaya Cabai Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Direktur Jenderal Hortikultura. (2025). *Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2025*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Ema, P., & Putri, A. O. (2021). Analysis Of Decision Factors Of Farmers In Horticultural Business In Perjaya Barat Village. *AJHSSR*, 5(11), 31-36.
- Harmudin, G., Pusvita, E., & Purwadi, P. (2024). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Tumpang Sari Tanaman Kembang Kol dan Cabai Merah di Desa Swarna Dwipa Kecamatan Semende Darat Tengah Kabupaten Muara Enim. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2122-2130.
- Ifazah, I. N., Susilowati, D., & Hindarti, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Cabai Merah Keriting di Desa Karangtawar Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(2).
- Lumintang, F. M. 2019. Analisa Pendapatan Petani Padi di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal EMBA*. Vol. 4 No. 2.
- Nasution, M. A. 2019. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. DYZA Sejahtera Medan. *Jurnal Warta*. Vol. 3 No. 1.
- Noor, S.W dan Hertiana Ikasari. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional di Kota

- Semarang. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1 No. 2.
- Oktarina, Y., Purwadi, P., Ritonga, U. S., Nearti, Y., Pusvita, E., Rosmawati, H., ... & Gribaldi, G. (2025). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Widina Media Utama. Bandung.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/621143/metode-penelitian-sosial-ekonomi-pertanian>
- Saodah, Dede dan Malia, Rosda. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)*. *Skripsi*. Universitas Suryakanca.
- Sukirno, Sadono. 2018. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.