

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI SIKAP KOMSUMEN RUMAH
TANGGA DALAM MENGONSUMSI CABAI MERAH (*Capsicum annuum L.*)
DI KOTA PADANG**

***FACTOR AFFECTING HOUSEHOLD CONSUMER ATTITUDES
IN CONSUMING RED CHILI (*Capsicum annuum L.*) IN PADANG CITY***

Iham Martadona, Angelia Leovita*, Tema Wahyuli

Universitas Tamansiswa
Jl. Tamansiswa No. 9 Padang 25138
*Email: angelialeovita41@gmail.com
(Diterima 27-12-2022; Disetujui 21-01-2023)

ABSTRAK

Cabai merah (*Capsicum annuum L.*) komoditas yang sangat diminati hampir semua orang. Tujuan penelitian 1) menganalisis karakteristik konsumen rumah tangga cabai merah di Kota Padang; dan 2) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* dengan jumlah 44 orang. Metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian karakteristik konsumen mengonsumsi cabai merah di Kota Padang, didominasi oleh perempuan (77,3 persen), dengan rentang usia 24-29 tahun (38,6 persen), pendidikan tertinggi SD/SMP/SMA (61,3 persen), berstatus telah menikah (50,0 persen), dengan pendapatan 1.300.000-1.600.000 juta (31,8 persen), pada jumlah anggota keluarga 5-6 orang (52,3 persen), memiliki selera pedas (59,1 persen), dan dengan frekuensi pembelian 1 x 3 hari (72,7 persen). Hasil penelitian menunjukkan variabel harga dan variabel tingkat pendidikan merupakan faktor yang memengaruhi sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah.

Kata kunci: Cabai merah, konsumsi, konsumen, sikap

ABSTRACT

*Red chili (*Capsicum annuum L.*) a commodity that is in great demand by almost everyone. Research objectives 1) to analyze the characteristics of red chili household consumers in Padang City; and 2) analyze the factors that influence the attitude of household consumers in consuming red chili in the city of Padang. The sampling technique was accidental sampling with a total of 44 people. Qualitative descriptive analysis method and quantitative analysis using multiple linear regression analysis. The results of the research on the characteristics of consumers consuming red chili in Padang City, are dominated by women (77.3 percent), with an age range of 24-29 years (38.6 percent), the highest education is SD/SMP/SMA (61.3 percent), married status (50.0 percent), with an income of 1,300,000 – 1,600,000 million (31.8 percent), with a total family member of 5 – 6 people (52.3 percent), has a spicy taste (59.1 percent) and with a purchase frequency of 1 x 3 days (72.7 percent). The results showed that the price variable and the education level variable were factors influencing the attitude of household consumers in consuming red chili.*

Keywords: Red chili, consumption, consumer, attitude

PENDAHULUAN

Sayuran salah satu tanaman hortikultura yang berperan penting sebagai

makanan yang memenuhi kebutuhan vitamin dan serat pada tubuh manusia. Cabai merupakan komoditas sayuran yang

banyak dikonsumsi. Penggunaan cabai merah besar banyak digunakan untuk konsumsi langsung dari pada penggunaan lainnya, seperti benih, Horeka (Hotel, Restoran dan Kafe) & warung, industri, dan tercecce dengan persentase konsumsi cabai merah untuk konsumsi langsung sebesar 52,82 persen, dibanding penggunaan lainnya sebesar 47,145 persen (Badan Pusat Statistik, 2020).

Sumatera Barat salah satu wilayah sentra produksi dimana mengalami peningkatan setiap tahunnya, dan peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2019, dengan produksi sebesar 139,994 ton (Sumbar, 2020). Menurut Buletin Konsumsi Pangan 2021 Provinsi Sumatera Barat adalah provinsi dengan tingkat konsumsi cabai merah terbesar pada tahun 2020 yaitu sebesar 7,328 kg/kap/tahun (Sabarella et al., 2021).

Kota Padang memiliki jumlah penduduk terbesar dibandingkan kota lainnya dimana pada tahun 2019 sebesar 950.871 jiwa (BPS Padang, 2020). Dilihat dari jumlah penduduk besar tersebut Kota Padang diasumsikan memiliki permintaan cabai merah tertinggi dibanding kota lainnya. Kota Padang baru mampu memenuhi konsumsi dalam negeri sebesar 3,22 persen dari total produksi cabai di Kota Padang, dengan produksi 243,80 ton dan produktivitas 4,78 ton/ha.

Pada penelitian ini sikap konsumen yang akan dilihat yaitu sikap konsumen rumah tangga yang merupakan salah satu pelaku ekonomi terkecil, meskipun begitu pelaku terpenting dalam ekonomi berawal dari sebuah rumah tangga, dan setiap rumah tangga pun mempunyai kegiatan pola konsumsi berbeda-beda. Faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi rumah tangga diantaranya tingkat pendapatan, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan, umur, jenis kelamin, dan suku. Komoditas cabai merah hampir tidak pernah lepas dari dapur rumah tangga, namun dengan permintaan yang terus meningkat dan tidak diikuti oleh ketersediaan cabai yang cukup akan memengaruhi harga cabai yang ada di pasaran, dan dapat memengaruhi pola konsumsi tersebut. Sehingga apabila terjadi kenaikan atau penurunan harga cabai secara signifikan maka akan memengaruhi pembelian cabai merah di pasaran (Harsianum, 2019).

Kota Padang dengan konsumsi cabai terbesar dan paling tinggi dan meningkat setiap tahunnya, akan tetapi produksi cabai di Kota Padang sendiri belum mencukupi untuk kebutuhan konsumsi. Harga cabai sangat berfluktuatif, karena salah satu komoditas yang menjadi kebutuhan sehari-hari di Wilayah Kota Padang. Berdasarkan statistik harga konsumen Provinsi Sumatera Barat harga cabai merah sangat berfluktuatif, walaupun harga cabai naik

masyarakat akan tetap membelinya. Cabai merah telah menjadi bahan utama dalam membuat sambal, dan juga selera sebagian masyarakat Kota Padang yang suka akan rasa pedas, tak heran bila masyarakat Kota Padang umumnya menyediakan sambal setiap hari di rumahnya masing-masing.

Tujuan penelitian ini: 1) menganalisis karakteristik konsumen rumah tangga cabai merah, dan 2) menganalisis faktor yang memengaruhi sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kota Padang yang dipilih dengan sengaja dengan mempertimbangkan konsumsi cabai merah terbesar. Pelaksanaan penelitian pada bulan Maret-April 2021 dengan responden sebanyak 44 orang dengan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data *cross section*. Sumber data berupa data sekunder dan sekunder.

Analisis karakteristik konsumen rumah tangga cabai merah di Kota Padang

Deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis karakteristik responden seperti, umur, jumlah pendapatan dan jumlah tanggungan dengan menggunakan interval dengan rumus:

$$i = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{K}$$

$$K = 1 + 3,3 (\text{Log } n)$$

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang

Analisis yang digunakan sebagai berikut:

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan persamaan berikut:

$$R_{xy} = \frac{n\sum(XY) - \sum X\sum Y}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden

x = Skor butir

y = Skor total

$\sum x$ = Jumlah Skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total

b) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Setiawan, 2017) sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left[\frac{\sum S_i^2}{S_j^2} \right]$$

Keterangan:

r_i = Koefisien korelasi alpha

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

S_i^2 = Jumlah varian butir atau skor setiap item

S_j^2 = Varian-varian total atau skor total

c) Analisis Regresi Linear Berganda

Rumus:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5 + b_6.X_6 + b_7.X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Sikap Konsumen

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien

X₁ = Harga

X₂ = Pendapatan

X₃ = Jumlah Tanggungan

X₄ = Usia

X₅ = Jenis Kelamin

X₆ = Selera

X₇ = Tingkat pendidikan

d) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Data terdistribusi normal jika nilai signifikan alpha (α) $\geq 0,05$, namun nilai signifikan alpha (α) $\leq 0,05$ berarti data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Santoso dan Priyatno, (2010) kriteria pengambilan keputusan: jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas, namun VIF ≥ 10 maka terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut priyatno (2010), jika nilai signifikan alpha (α) $\geq 0,05$ tidak terjadi heteroskedastisitas, namun nilai signifikan alpha (α) $\leq 0,05$ terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji t (Parsial)

Rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \cdot \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Korelasi

n = Jumlah sampel

r² = Koefisien determinasi

5. Uji F (Simultan)

Untuk menguji uji F dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (k-1)}{(1-R^2) (n-1)}$$

Keterangan:

F_{hitung} = Besarnya F hitung

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel

R² = Koefisien determinasi

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Rumus:

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma x_1 y + b_2 \Sigma x_2 y}{\Sigma y^2}$$

Keterangan:

R² = Koefisien determinasi

b₁ = Koefisien korelasi

b₂ = Kuadrat selisih nilai Y dengan nilai Y rata-rata

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menganalisis karakteristik konsumen rumah tangga cabai merah di Kota Padang

Karakteristik konsumen rumah tangga cabai merah di Kota Padang tersaji pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Identitas	Jumlah Res-ponden	%
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki – Laki	10	22,7
	b. Perempuan	34	77,3
2	Usia (tahun)		
	a. 18 – 23 Th	8	18,2
	b. 24 – 29 Th	17	38,6
	c. 30 – 34 Th	5	11,4
	d. 35 – 39 Th	7	15,9
	e. 40 – 44 Th	1	2,3
	f. 45 – 49 Th	4	9,1
	g. 50 – 54 Th	2	4,5
3	Pendidikan		
	a. Tidak Sekolah	1	2,3
	b. SMP	2	4,5
	c. SMA	32	72,7
	d. S1	9	20,4
4	Status		
	a. Belum Menikah	17	38,6
	b. Menikah	25	56,8
	c. Duda/Janda	2	4,5
5	Pendapatan (Rp)		
	a. 500.000 – 800.000	3	6,8
	b. 900.000 – 1.200.000	5	11,4
	c. 1.300.000 – 1.600.000	14	31,8
	d. 1.700.000 – 2.000.000	9	20,4
	e. 2.100.000 – 2.400.000	4	9,1
	f. 2.500.000 – 2.800.000	8	18,2
	g. 2.900.000 – 3.200.000	1	2,3
6	Jumlah tanggungan (orang)		
	a. 1 – 2	12	27,3
	b. 3 – 4	23	52,3
	c. 5 – 6	7	15,9
	d. 7 – 8	1	2,3
	e. 9 – 10		
7	Selera		
	a. Sangat pedas	8	18,2
	b. Pedas	26	59,1
	c. Kurang pedas	10	22,7
8	Frekuensi Pembelian		
	a. 1 x 3 hari	32	72,7
	b. 1 x 5 hari	8	18,2
	c. 1 x 7 hari	4	9,1

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

a) Jenis kelamin

Responden jenis kelamin perempuan paling dominan dalam membeli cabai merah sebanyak 34 responden dengan persentase sebesar 77,3 persen. Menurut penelitian terdahulu (B, 2019), menunjukkan perempuan dominan, karena dalam hal ini perempuan memiliki pengetahuan kebutuhan rumah tangga sedangkan sebagian laki-laki fokus mencari nafkah sebagai tanggung jawab sebagai kepala keluarga.

b) Usia

Responden rumah tangga yang banyak membeli cabai merah dengan usia 24-29 tahun sebanyak 17 responden (38,6 persen). Dimana responden yang mengonsumsi cabai merah hampir semua usia hal ini yang menyebabkan semakin tinggi usia seseorang maka konsumsi akan cabai merah akan meningkat.

c) Pendidikan

Tingkat pendidikan responden didominasi oleh tingkat SMA 32 responden dengan persentase sebesar 72,7 persen. Pendidikan dapat membentuk pola pikir seseorang untuk memutuskan keputusan sesuai dengan kebutuhan (Fitriana, 2015). Dimana tingkat pendidikan responden memengaruhi konsumsi cabai dalam rumah tangga, dengan tingkat pendidikan yang tinggi, responden lebih mengetahui terkait informasi mengenai cabai merah.

d) Status

Status responden dalam membeli cabai merah yaitu menikah sebanyak 25 responden dengan persentase sebesar 56,8 persen. Pada fase ini akan menaikkan jumlah konsumsi dalam rumah tangga, dimana biasanya konsumsi untuk dirinya sendiri, sekarang sudah ditambah dengan anggota keluarga yang baru.

e) Pendapatan

Besar pendapatan responden cabai merah berkisar antara Rp1.300.000 – Rp1.600.00 ebanyak 14 responden (31,8 persen). Besar kecilnya pendapatan akan memengaruhi konsumsi. Meningkatnya pendapatan responden berdampak pada konsumsi rumah tangga terutama untuk kebutuhan pokok.

f) Jumlah tanggungan

Jumlah tanggungan paling dominan yaitu pada jumlah anggota keluarga 5-6 sebanyak 23 responden persentase sebesar 52,3 persen. Jumlah tanggungan dalam

keluarga memengaruhi pengeluaran untuk konsumsi.

g) Selera

Responden cabai merah lebih menyukai pedas yaitu sebanyak 26 reponden dengan persentase sebesar 59,1. Dimana selera seseorang akan memengaruhi pola konsumsi. Jika selera tinggi konsumsi juga akan tinggi, dan sebaliknya.

h) Frekuensi pembelian

Responden cabai merah lebih banyak membeli 1 x 3 hari sebanyak 32 responden deangan persentase sebesar 72,2 persen. Minat beli merupakan rencana konsumen untuk membeli produk dan jumlah yang akan dibeli.

Analisis Faktor memengaruhi konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas tersaji pada tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Harga				
X1.1	0,844			
X1.2	0,710	Valid	0,711	Reliabel
X1.3	0,832			
Pendapatan				
X2.1	0,880			
X2.2	0,912	Valid	0,757	Reliabel
X2.3	0,649			
Jumlah tanggungan				
X3.1	0,839			
X3.2	0,910	Valid	0,795	Reliabel
X3.3	0,785			
Usia				
X4.1	0,936	Valid	0,898	Reliabel

X4.2	0,881			
X4.3	0,928			
Jenis kelamin				
X5.1	0,920			
X5.2	0,844	Valid	0,829	Reliabel
X5.3	0,850			
Selera				
X6.1	0,918			
X6.2	0,875	Valid	0,870	Reliabel
X6.3	0,880			
Tingkat pendidikan				
X7.1	0,862			
X7.2	0,936	Valid	0,855	Reliabel
X7.3	0,854			
Sikap konsumen				
Y1	0,873			
Y2	0,919	Valid	0,843	Reliabel
Y3	0,833			

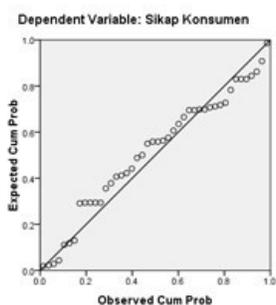
Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 44 responden valid memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,297. Uji reliabilitas nilai cronbach's alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,600.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer diolah, 2021

Model regresi terdistribusi dengan normal karena titik-titik mengikuti garis diagonal.

b) Uji Multikolinearitas

Pengujian diperoleh kesimpulan tidak ditemukannya gejala

multikolinearitas. Nilai *tolerance* besar 0,1 dan nilai VIF kecil 10

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga (X1)	.662	1.510
Pendapatan (X2)	.523	1.911
Jumlah Tanggungan (X3)	.346	2.892
Usia (X4)	.567	1.765
Jenis Kelamin (X5)	.835	1.198
Selera	.535	1.870
Tingkat Pendidikan	.781	1.280

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

c) Uji Heteroskedastisitas

Tidak ada gejala heteroskedastisitas. Pada uji Spermans rho dapat dilihat bahwa nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. Hasil uji *Spermans rho*

	<i>Spearman's rho</i> Sig. (2-tailed)	<i>Unstandardized Residual</i>
Harga (X1)		0,438
Pendapatan (X2)		0,897
Jumlah Tanggungan (X3)		0,664
Usia (X4)		0,662
Jenis Kelamin (X5)		0,897
Selera (X6)		0,609
Tingkat Pendidikan (X7)		0,120

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

3. Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,454 - 0,112X_1 - 0,011X_2 - 0,082X_3 + 0,053X_4 - 0,002X_5 - 0,069X_6 + 0,589X_7 + e$$

Tabel 5. Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	13.705	.862	15.889	.000
Harga (X1)	-.112	.054	-.204	.046
Pendapatan (X2)	-.011	.043	-.024	.793
Jumlah tanggungan (X3)	-.082	.065	-.139	.215
Usia (X4)	.053	.038	.121	.171
Jenis kelamin (X5)	-.002	.033	-.005	.945
Selera (X6)	-.069	.066	-.093	.303
Tingkat pendidikan (X7)	.589	.055	10.820	.000

a. Dependent Variabel: Sikap Konsumen (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2021

1. Variabel harga (X1) bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah. Nilai t hitung $>$ t tabel = $2,067 > 2,028$ dan nilai signifikan $0,046 < 0,05$. Hal ini didukung oleh penelitian Sanjaya et al (2017), Firnando et al (2020), dan Sipahutar (2020) bahwa variabel harga berpengaruh signifikan. Variabel harga berpengaruh terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah tetapi negatif, yang berarti jika ada kenaikan harga maka konsumsi menurun dan harga turun maka konsumsi meningkat.
2. Variabel pendapatan (X2) bertanda negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Nilai t hitung $<$ t tabel = -

$0,264 < 2,028$ dan nilai signifikan $0,793 > 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiadi et al (2020), Firnando et al (2020), dan Diwanti (2018) bahwa variabel pendapatan keluarga tidak berpengaruh signifikan. Artinya besar atau kecilnya pendapatan konsumen akan tetap

mengonsumsi cabai merah walaupun terkada akan menurunkan atau meningkatkan konsumsi sesuai pendapatan yang diterima.

3. Variabel jumlah tanggungan (X3) bertanda negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Dibuktikan t hitung $<$ t tabel = $-1,262 < 2,028$ dan nilai signifikan $0,215 > 0,05$. Hal ini didukung oleh penelitian Arfani et al (2013), Sanjaya et al (2017), dan Diwanti (2018) bahwa variabel jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata. Artinya jumlah anggota keluarga yang banyak belum tentu mengonsumsi banyak cabai dikarenakan dalam satu keluarga belum tentu menyukai rasa pedas.
4. Variabel usia (X4) bertanda positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Dibuktikan t hitung $<$ t tabel = $1,398 < 2,028$ dan nilai signifikan $0,171$

- > 0,05. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Sanjaya et al (2017), Diwanti (2018), dan Kamila et al (2019) bahwa variabel usia tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah konsumsi cabai. Karena, selera konsumen dalam mengonsumsi cabai merah tidak ditentukan dari seberapa umur konsumen tersebut.
- Variabel jenis kelamin (X5) bertanda negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Dibuktikan t hitung < t tabel = $-0.070 < 2,028$ dan nilai signifikan $0,945 > 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamila et al (2019), yang menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan. Tidak ada perbedaan antara jenis kelamin perempuan atau laki-laki dalam mengonsumsi cabai merah, mereka akan tetap mengonsumsi cabai merah apapun jenis kelaminnya.
 - Variabel selera (X6) bertanda negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Dibuktikan t hitung < t tabel = $-1.046 < 2,028$ dan nilai signifikan $0,303 < 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purba et al (2020), Safitri et al (2020) yang menyatakan

bahwa variabel selera tidak berpengaruh signifikan. Karena, walaupun selera tidak berpengaruh, akan tetapi ciri khas makanan asli Minangkabau yang identik dengan rasa pedas.

- Variabel tingkat pendidikan (X7) bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang. Dibuktikan t hitung > t tabel = $10.620 > 2,028$ dan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah, et al (2018), Reza, et al (2015), dan Astuti, et al (2019), yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel pendidikan. Artinya bahwa tingkat pendidikan konsumen dapat mencerminkan bagaimana pola pikir seseorang terhadap konsumsi cabai, dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi mereka mengetahui informasi terkait cabai merah.

Uji F (simultan)

Tabel 6. Uji F(simultan)

Model	Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
Regression	56.658	7	8.094	28.742	.000a
Residual	10.138	36	.282		
Total	66.795	43			

a. Predictors: (Constant), tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, harga, pendapatan, selera, jumlah tanggungan

b. Dependent: Sikap Konsumen

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai F hitung > F tabel atau $28.742 > 2,21$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ bahwa semua variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi seperti yang dilihat pada Tabel 7 diketahui R Square dengan nilai sebesar 0,848. Hal ini terdapat pengaruh variabel X secara bersama-sama terhadap sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang yaitu sebesar 84,8 persen, sisanya 15,6 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.921 ^a	.848	.819	.531

a. Predictors: (Constant), tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, harga, pendapatan, selera, jumlah tanggungan

b. Dependent: Sikap Konsumen

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Karakteristik konsumen rumah tangga cabai merah di Kota Padang, di dominasi oleh perempuan 77,3 persen, dengan rentang usia 24-29 tahun 38,6 persen, pendidikan tertinggi SD/SMP/SMA

61,3 persen, berstatus telah menikah 50,0 persen, dengan pendapatan Rp1.300.000 – Rp1.600.000 31,8 persen, pada jumlah anggota keluarga 5-6 orang 52,3 persen, memiliki selera pedas 59,1 persen dan dengan frekuensi pembelian 1 x 3 hari 72,7 persen.

Variabel Harga dan pendidikan merupakan faktor yang memengaruhi sikap konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi cabai merah di Kota Padang.

Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya untuk bisa lebih mendalam maka dapat ditambahkan variabel dan alat analisis yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfani, A., Salmiah, & Jufri M. (2013). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Sikap Konsumen Dalam Mengonsumsi Cabai Merah. *Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(9).
- B, S. (2019). Perilaku dan karakteristik konsumen dalam membeli sayuran pada pasar modern (giant supermarket) di Kota Makassar. *Agribis*, 1(1), 11–20.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Indonesia 2020. In *Badan Pusat Statistik*.
- BPS Padang. (2020). *Kota Padang Dalam Angka 2020*.
- Diwanti, D. O. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah (Capsicum annum L) (Studi Kasus: Pasar Kampung Lalang, Kota Medan)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Firnando, H., Afrianto, E., & Pitriani. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Merah di Pasar Bungur Kabupaten Bungo. *Agribusiness Future*, 2(1), 61–76.
- Fitriana. (2015). Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Minyak Goreng Kemasan Dan Curah (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru). *Jom Fekon*, 2(1), 1–14.
- Harsianum, A. (2019). *Pola Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Komoditi Cabai Merah (Capsicum Annum L.) Studi Kasus Kecamatan Medan Timur*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Kamila, F., Prasetyo, E., & Roessali, W. (2019). Analisis sikap konsumen pada pembelian beras (Kamila et al.) 9. *Agrisocioeconomics*, 3(1), 9–18.
- Purba, Y. F., Lubis, Y., & Saragih, F. H. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Pisang Barangan di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 2, 199–207.
- Sabarella, Komalasari, B. W., Wahyuningsih, S., Manurung, M., Sehusman, Supriyati, Y., Seran, K., Rinawati, & Saida, M. D. N. (2021). Buletin Konsumsi Pangan. In *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian* (Vol. 12).
- Safitri, S., Damayanti, L., & Asih, D. N. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Apel Impor di Pasar Modern Hypermart Kota Palu. *E-J. Agrotekbis* 5 (5) : 579-585, Oktober 2017, 8(4), 748–756.
- Sanjaya, A., Hastuti, D., & Awami, S. N. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Konsumsi Cabai Rawit di Kabupaten Semarang. *Ilmu-Ilmu Pertanian*, 13(1), 1–22.
- Septiadi, D., Sari, N. M. W., & Zainuddin, A. (2020). Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram. *Agrimor*, 5(2), 36–39. <https://doi.org/10.32938/ag.v5i2.1013>
- Setiawan, A. (2017). *Analisis Data Statistik*. Tisara Grafika Salatiga.
- Sipahutar, R. (2020). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Konsumen Cabai Merah Keriting (Capsicum Annum L.)(Studi Kasus: Pasar Horas Kota Pematangsiantar)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sambar, B. (2020). *Provinsi Sumatera Barat Dalam Angka 2020*.