

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Salak di Pasar Anyar Bogor

Hanum Salsabila^{1*}, Siti Nayla Falisha², Shadida Syadza Sajati³, Nuralfi Amaliasari⁴,
Della Amanda⁵, Rasidin Karo Karo Sitepu⁶

Email korespondensi : hanumsalsabila@apps.ipb.ac.id

Fakultas Sekolah Vokasi, Program Studi manajemen Agribisnis, IPB University , Kota Bogor, Indonesia^{1*,2,3,4,5,6}

Abstract

This study aims to identify and analyze the factors influencing the demand for salak fruit at Pasar Anyar, Bogor City. The observed fluctuations in demand reflect the influence of various factors, particularly economic and social aspects. Using a quantitative approach, this research employs descriptive methods and multiple linear regression analysis to examine the roles of price and income variables in influencing salak demand. Primary data were collected through questionnaires distributed to 35 respondents using an accidental sampling technique, while secondary data were obtained from relevant institutions. The results indicate that the price of salak has a negative and significant effect on demand, whereas consumer income does not have a meaningful influence. The coefficient of determination (R^2) value of 66.5% suggests that the majority of the variation in demand can be explained by these two variables. These findings highlight the importance of appropriate pricing strategies in maintaining demand stability and encouraging increased purchases of salak fruit in traditional markets. Therefore, this research is expected to serve as a reference for traders and market managers in formulating more effective and responsive marketing strategies aligned with consumer dynamics.

Keyword: Demand, Economic variables, Income, Price, Traditional market, Pricing strategy

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Pasar tradisional memegang peran strategis dalam sistem distribusi pangan di Indonesia, terutama sebagai penghubung antara produsen dan konsumen akhir. Selain berfungsi sebagai pusat perdagangan yang telah lama menjadi bagian dari struktur sosial-ekonomi masyarakat, pasar tradisional juga menyediakan beragam kebutuhan pokok, termasuk buah-buahan yang menjadi salah satu komoditas utama dalam konsumsi harian. Buah-buahan tidak hanya melengkapi pola makan masyarakat, tetapi juga merupakan sumber penting vitamin, mineral, dan serat yang berkontribusi pada kesehatan dan pencegahan penyakit tidak menular.

Salak merupakan salah satu buah lokal yang digemari masyarakat karena rasanya yang manis, teksturnya yang khas, serta kandungan gizinya. Dalam 100 gram salak terkandung sekitar 20,9 gram karbohidrat, 0,4 gram protein, 28 mg kalsium, dan 18 mg fosfor, serta senyawa bioaktif seperti tanin, flavonoid, dan polifenol yang berfungsi sebagai antioksidan alami (Syahputri & Siregar, 2023). Konsumsi salak diketahui memiliki berbagai manfaat kesehatan, antara lain membantu mengatasi maag, mengontrol gula darah, meningkatkan energi, menurunkan berat badan, menjaga daya ingat, dan memperkuat kesehatan jantung. Bahkan, ekstrak etanol dari daging buah salak terbukti mampu menghambat aktivitas enzim α -glukosidase secara signifikan, sehingga berpotensi dalam pengendalian kadar gula darah (Yusnia et al., 2023).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor tahun 2023, sektor perdagangan masih menjadi penopang utama ekonomi lokal, dengan kontribusi sebesar 22,14% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pasar Anyar, sebagai salah satu pasar

utama di kota ini, menjadi cerminan dinamika permintaan masyarakat terhadap berbagai bahan pangan. Namun demikian, permintaan terhadap buah salak di pasar ini menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh beragam faktor, baik internal maupun eksternal, seperti harga, pendapatan, musim, distribusi, dan preferensi konsumen.

Selain faktor harga dan pendapatan, elemen lain seperti ketersediaan produk dan kecepatan layanan turut memengaruhi keputusan pembelian. Ketersediaan salak yang stabil serta pelayanan yang responsif mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mendorong peningkatan permintaan. Sementara itu, kenaikan harga bahan bakar dan laju inflasi turut memengaruhi daya beli masyarakat. Inflasi tahunan Kota Bogor pada Januari 2024 tercatat naik sebesar 5,56% pada kelompok makanan, minuman, dan tembakau.

Pendapatan masyarakat juga menjadi faktor kunci dalam membentuk pola permintaan. Konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung memilih buah salak berkualitas premium atau organik, sedangkan konsumen berpendapatan menengah ke bawah lebih mempertimbangkan harga sebagai faktor dominan. Penelitian oleh Setyaningsih (2023) menunjukkan bahwa kelompok konsumen dengan daya beli lebih besar bersedia membayar lebih untuk kualitas rasa yang unggul. Selain itu, tren gaya hidup sehat di kalangan masyarakat urban juga mendorong peningkatan konsumsi buah-buahan, termasuk salak, sebagai bagian dari pola makan yang lebih bergizi dan seimbang. Luthfiah (2017) mencatat bahwa kesadaran akan pentingnya asupan tinggi serat dan vitamin telah meningkat, mendorong masyarakat untuk lebih mengutamakan buah segar dalam kehidupan sehari-hari.

Melihat kompleksitas faktor-faktor tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis secara menyeluruh variabel-variabel utama yang memengaruhi permintaan buah salak di Pasar Anyar Bogor. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam perumusan kebijakan distribusi, pengendalian harga, serta strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap dinamika kebutuhan dan preferensi konsumen.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Pendekatan kuantitatif dipilih karena dinilai mampu mengukur hubungan antar variabel secara objektif berdasarkan data numerik. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017), pendekatan ini sangat sesuai untuk menguji hipotesis serta menjelaskan keterkaitan antar variabel yang telah dirumuskan secara teoritis.

Penelitian dilaksanakan di Pasar Anyar, Kota Bogor, yang dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan sayuran dan buah-buahan utama di wilayah tersebut. Waktu pelaksanaan berlangsung pada bulan April 2025. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh konsumen yang melakukan pembelian buah salak di lokasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yakni pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden.

Jumlah responden ditentukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterwakilan data untuk analisis statistik. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert (1–5), yang memuat indikator-indikator yang mewakili masing-masing variabel penelitian. Di samping itu, data sekunder diperoleh dari Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bogor, Badan Pusat Statistik (BPS), serta berbagai publikasi dan referensi ilmiah yang relevan.

Instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner kombinasi—berisi pertanyaan dalam bentuk pernyataan tertutup dan terbuka. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan, sehingga hasil yang diperoleh lebih menyeluruh dan komprehensif (Ramadhan, 2022). Variabel dependen

dalam penelitian ini adalah permintaan buah salak, yang diukur melalui frekuensi dan volume pembelian konsumen. Sedangkan variabel independennya terdiri atas:

- **Harga salak (X_1):** persepsi konsumen terhadap tingkat keterjangkauan harga;
- **Pendapatan konsumen (X_2):** persepsi terhadap kecukupan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dasar.

Model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Meskipun menggunakan data ordinal dari skala Likert, dalam praktik penelitian sosial ekonomi, pendekatan ini dianggap valid jika asumsi klasik regresi dapat terpenuhi dan data dapat diasumsikan mendekati interval (Putri & Nugroho, 2021). Seperti dikemukakan oleh Yuniarti dan Juwita (2020), regresi linier berganda sangat tepat digunakan untuk mengukur pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat secara kuantitatif. Model persamaan regresi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dengan:

- Y = permintaan salak
- X_1 = harga salak
- X_2 = pendapatan konsumen
- α = konstanta
- β_1, β_2 = koefisien regresi
- ε = error term

Hasil Penelitian

Karakteristik Pasar dan Responden

Pasar Anyar Kota Bogor

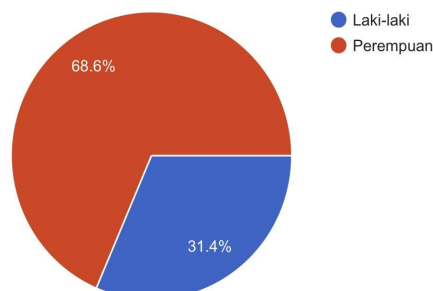
Pasar Anyar merupakan salah satu pasar tradisional yang cukup dikenal di Kota Bogor. Pasar ini tidak hanya menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat, tetapi juga menawarkan berbagai jenis barang dagangan, mulai dari kebutuhan pokok seperti sayuran dan buah-buahan, hingga barang elektronik, makanan, dan minuman. Keberadaan pasar ini menjadikannya sebagai salah satu pusat distribusi penting bagi komoditas lokal, termasuk buah salak yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian buah salak di Pasar Anyar. Melalui penyebaran kuesioner kepada 35 orang responden, diperoleh gambaran mengenai karakteristik demografis mereka yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Jenis Kelamin

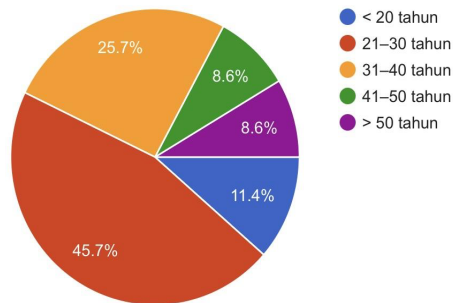
Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebesar 68,6%, sementara responden laki-laki berjumlah 31,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan berbelanja buah, khususnya salak, lebih banyak dilakukan oleh konsumen perempuan, yang kemungkinan besar berperan sebagai pengelola kebutuhan rumah tangga.



Gambar 1 Jenis Kelamin Responden

Usia Responden

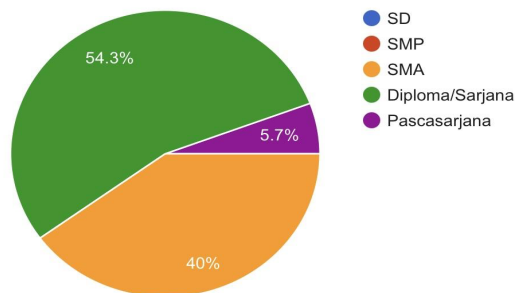
Karakteristik usia responden dalam penelitian ini menunjukkan adanya keberagaman yang cukup mencerminkan populasi konsumen di Pasar Anyar Kota Bogor. Responden dikelompokkan ke dalam lima kategori usia, yaitu: kurang dari 20 tahun, 21–30 tahun, 31–40 tahun, 41–50 tahun, dan lebih dari 50 tahun. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 21–30 tahun dengan persentase sebesar 45,7%. Temuan ini mengindikasikan bahwa kelompok usia muda-dewasa merupakan konsumen dominan dalam pembelian buah salak di pasar tradisional, yang kemungkinan besar memiliki mobilitas tinggi serta peran aktif dalam pengambilan keputusan konsumsi rumah tangga.



Gambar 2 Usia Responden

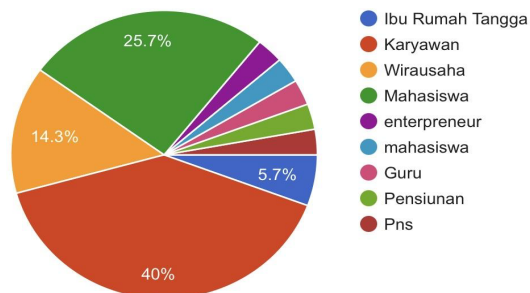
Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam memahami informasi, termasuk dalam membuat keputusan pembelian. Berdasarkan data yang diperoleh, responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang bervariasi, mulai dari jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA), Diploma/Sarjana, hingga Pascasarjana. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan pada jenjang Diploma atau Sarjana, dengan persentase sebesar 54,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen salak di Pasar Anyar Kota Bogor memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi, yang dapat berdampak pada cara mereka merespons harga, kualitas, dan nilai gizi dari produk yang dibeli.



Gambar 3 Tingkat Pendidikan Responden

Pekerjaan Responden



Gambar 4 Sebaran Pekerjaan Responden

Karakteristik pekerjaan responden memberikan gambaran mengenai latar belakang sosial ekonomi konsumen yang membeli buah salak di Pasar Anyar Kota Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan. Karyawan umumnya memiliki pendapatan yang relatif stabil dan kemampuan finansial

yang memadai untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, termasuk konsumsi buah-buahan seperti salak. Kondisi ini dapat memengaruhi pola pembelian mereka, baik dari segi frekuensi maupun preferensi terhadap harga dan kualitas produk.

Hasil Analisis Data

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model yang dikembangkan. Tabel berikut menyajikan hasil analisis regresi, yang meliputi nilai koefisien regresi, standard error, nilai t-statistic, dan p-value untuk masing-masing variabel:

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier

Variabel	Koefisien	Standard Error	t-Statistic	P-value
Intercept	7.849	0.6549	11.985	2.26E-13
x_1 (Harga)	-0.00025	3.327E-05	-7.575	0.000000013
x_2 (Pendapatan)	6.46E-09	2.702E-08	0.239	0.8126

Variabel x_1 (harga) memiliki nilai koefisien sebesar -0,00025 dengan *standard error* sebesar 3,327E-05. Nilai *t-statistic* sebesar -7,575 dan *p-value* sebesar 0,000000013 menunjukkan bahwa variabel ini signifikan secara statistik, karena nilai *p-value* jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Koefisien yang negatif menandakan adanya hubungan berbanding terbalik antara harga dan permintaan, artinya setiap kenaikan satu satuan harga salak akan menurunkan permintaan sebesar 0,00025 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Temuan ini sejalan dengan teori permintaan dan didukung oleh penelitian Lestari & Wardhana (2021), serta Rosdiana et al. (2020), yang menyatakan bahwa harga merupakan faktor signifikan dalam menentukan tingkat permintaan suatu produk.

Sebaliknya, variabel x_2 (pendapatan) menunjukkan nilai koefisien sebesar 6,46E-09 dengan *standard error* sebesar 2,702E-08, serta *t-statistic* sebesar 0,239 dan *p-value* 0,8126. Nilai ini jauh di atas ambang batas signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan salak dalam model ini. Meskipun koefisiennya positif, kontribusinya terhadap variabel dependen sangat kecil dan tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks Pasar Anyar, pendapatan konsumen bukanlah faktor dominan dalam menentukan jumlah permintaan salak. Sari & Wibowo (2022) menegaskan bahwa variabel dengan *p-value* di atas 0,05 tidak memiliki pengaruh yang berarti secara statistik meskipun ada arah hubungan.

Nilai intercept sebesar 7,849 menyatakan bahwa ketika nilai seluruh variabel independen adalah nol, maka nilai estimasi permintaan salak berada pada angka tersebut. Intercept ini menjadi titik awal dari model prediksi dan menunjukkan nilai rata-rata permintaan jika tidak ada pengaruh dari harga dan pendapatan (Widodo & Arifin, 2020).

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa dari dua variabel independen yang diuji, hanya harga (x_1) yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap permintaan salak. Temuan ini memperkuat pentingnya peran harga dalam perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pasar tradisional seperti Pasar Anyar Kota Bogor. Oleh karena itu, strategi yang berkaitan dengan penetapan harga perlu menjadi fokus utama dalam perumusan kebijakan pemasaran produk ini.

Koefisien Determinasi

Tabel 2 Hasil Koefisien Determinasi Penelitian

Statistik	Nilai
Multiple R	0.8156
R Square	0.6653
Adjusted R Square	0.6444

Statistik	Nilai
Standard Error	0.8626
Observations	35

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, nilai R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,6653. Angka ini menunjukkan bahwa sekitar 66,5% variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi. Dengan kata lain, model yang digunakan memiliki daya jelas yang cukup kuat, karena lebih dari setengah variasi permintaan salak dapat diterangkan oleh dua variabel utama, yaitu harga dan pendapatan. Adapun sisanya, sebesar 33,5%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model atau oleh faktor-faktor acak (random error).

Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,6444 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah sampel, model tetap menunjukkan kemampuan penjelasan yang tinggi. Ini memperkuat bahwa model tidak hanya sesuai untuk data saat ini, tetapi juga cukup stabil secara statistik. Selain itu, nilai Multiple R sebesar 0,8156 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat dan positif secara linear antara gabungan variabel-variabel independen dengan variabel dependen.

Uji ANOVA (Analysis of Variance)

Tabel 3 Hasil Uji ANOVA

Sumber	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	2	47.33066241	23.66533121	31.80263756	0.000000025
Residual	32	23.81219473	0.744131085		
Total	34	71.14285714			

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 31,80 dengan nilai Significance F sebesar 0,000000025. Nilai ini jauh di bawah tingkat signifikansi yang digunakan ($\alpha = 0,05$), yang berarti bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan simultan yang signifikan antara variabel independen (harga dan pendapatan) terhadap variabel dependen (permintaan salak).

Tingginya nilai F juga menunjukkan bahwa variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan dengan sangat baik oleh variabel-variabel independen dalam model. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk digunakan dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Secara praktis, hasil ini memperkuat validitas model dalam konteks analisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan salak di Pasar Anyar Kota Bogor.

Pembahasan

Adapun Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari dua variabel yang dianalisis—yaitu harga salak (X_1) dan pendapatan konsumen (X_2)—hanya harga salak yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah salak di Pasar Anyar Kota Bogor. Temuan ini diperoleh melalui analisis regresi linier berganda, di mana variabel harga menunjukkan hubungan negatif dan signifikan terhadap permintaan. Artinya, semakin tinggi harga salak, maka permintaan dari konsumen cenderung menurun.

Hubungan ini sejalan dengan prinsip dasar hukum permintaan dalam ilmu ekonomi, yang menyatakan bahwa kenaikan harga suatu barang, ceteris paribus, akan menurunkan jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Hal ini juga didukung oleh Putri dan Nugroho (2021), yang dalam kajiannya mengungkapkan bahwa perilaku konsumen di pasar tradisional sangat sensitif terhadap perubahan harga, terutama untuk komoditas segar seperti buah-buahan.

Sebaliknya, variabel pendapatan konsumen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap permintaan. Dengan demikian, tingkat pendapatan bukan merupakan faktor utama dalam keputusan membeli salak di lokasi penelitian. Hasil ini sejalan dengan

pendapat Hasibuan (2023), yang menyatakan bahwa untuk komoditas dengan harga relatif terjangkau seperti salak, faktor harga lebih dominan dibandingkan pendapatan dalam memengaruhi permintaan. Konsumen dari berbagai lapisan ekonomi masih mempertimbangkan harga sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian di pasar tradisional.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai R Square sebesar 66,5%, yang berarti bahwa lebih dari dua pertiga variasi permintaan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan pendapatan dalam model. Sisa variasi dijelaskan oleh faktor lain di luar model atau unsur acak. Selain itu, nilai F-hitung yang tinggi dan signifikan mendukung kelayakan model secara keseluruhan, menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan memberikan kontribusi terhadap perubahan permintaan, meskipun hanya salah satunya yang signifikan secara parsial.

Berdasarkan temuan tersebut, strategi penetapan harga menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pedagang maupun pengelola pasar, guna menjaga dan meningkatkan permintaan terhadap buah salak. Meskipun pendapatan tidak berpengaruh signifikan dalam model ini, faktor daya beli tetap relevan untuk dipantau dalam konteks fluktuasi ekonomi dan inflasi yang dapat memengaruhi perilaku konsumen secara lebih luas.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan pendapatan terhadap permintaan buah salak di Pasar Anyar Kota Bogor. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa harga salak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan, sementara pendapatan konsumen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Artinya, semakin tinggi harga salak, maka permintaan konsumen cenderung menurun, yang sejalan dengan prinsip dasar hukum permintaan. Sebaliknya, tingkat pendapatan konsumen tidak secara nyata memengaruhi keputusan pembelian salak, kemungkinan karena harga salak relatif terjangkau bagi semua kelompok pendapatan.

Model regresi yang digunakan memiliki nilai R Square sebesar 66,5%, menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelas yang cukup kuat terhadap variasi permintaan. Nilai F hitung yang tinggi dan signifikan juga mengindikasikan bahwa model secara keseluruhan layak digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan salak.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi pedagang dan pengelola pasar**, perlu memperhatikan strategi penetapan harga yang kompetitif dan stabil agar tidak menurunkan daya beli konsumen. Mengingat harga terbukti sebagai faktor yang paling signifikan, pengendalian harga menjadi kunci dalam menjaga kestabilan permintaan.
2. **Peningkatan nilai tambah produk**, seperti penyajian yang lebih menarik, kemasan yang higienis, atau promosi musiman, dapat menjadi alternatif untuk mempertahankan minat konsumen meskipun terjadi fluktuasi harga.
3. **Pemerintah daerah atau pengelola pasar** diharapkan dapat memberikan dukungan berupa informasi harga yang transparan dan fasilitasi distribusi yang efisien agar fluktuasi harga dapat diminimalkan.
4. **Penelitian lanjutan** disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti preferensi konsumen, ketersediaan barang, musim panen, serta tingkat inflasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah-buahan di pasar tradisional.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor. (2024, April 4). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bogor menurut lapangan usaha 2019–2023*.
- Hasibuan, H. B. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Buah Salak di Kelurahan Kampung Bali Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu].
- Lestari, P., & Wardhana, A. (2021). Analisis regresi linier berganda dalam menentukan faktor yang mempengaruhi penjualan produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 120–128.
- Luthfiah, E. (2017). *Pola makan mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Putri, R. A., & Nugroho, S. P. (2021). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian menggunakan regresi linier berganda. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 12(3), 134–142.
- Ramadhan, F. (2022). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10(1), 45–52.
- Rosdiana, D., Sutomo, A., & Fitriani, R. (2020). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan analisis regresi linier berganda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran dan Akuntansi*, 8(1), 45–55.
- Sari, R. D., & Wibowo, A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk menggunakan regresi linier berganda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 5(2), 114–122.
- Setyaningsih, F. D. (2023). *Analisis preferensi konsumen terhadap buah salak (Salacca edulis) di pasar tradisional Kota Surakarta* [Skripsi, Universitas Sebelas Maret].
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-26). Alfabeta.
- Syahputri, R. A., & Siregar, M. F. (2023). Analisis kandungan nutrisi dan aktivitas antioksidan buah salak (*Salacca zalacca*). *Jurnal HMJ Kimia*, 2(1), 12–18.
- Widodo, W., & Arifin, Z. (2020). *Dasar-dasar statistika terapan untuk penelitian sosial ekonomi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta Press.
- Yuniarti, D., & Juwita, R. (2020). Pengaruh motivasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan regresi linier berganda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(1), 1–16.
- Yusnia, R. D., Supu, Y. M., & Rahman, A. (2023). Karakteristik kimia dan aktivitas penghambatan α -glukosidase ekstrak buah salak Sidempuan. *ProFood: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 4(2), 45–52.