

PENGARUH HARGA DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN PETANI SALAK DI DESA SIBETAN

Oleh

Ni Luh Ade Mulia Dewi, NIM 2217011018

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap pendapatan petani salak di Desa Sibetan (2) pengaruh pemasaran terhadap pendapatan petani salak di Desa Sibetan (3) pengaruh harga dan pemasaran terhadap pendapatan petani salak di Desa Sibetan. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasinya mencakup seluruh petani salak yang memiliki lahan salak sendiri di Desa Sibetan. Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka menggunakan rumus Ferdinand dengan jumlah indikator dikalikan 10, sehingga jumlah sampel yang dipergunakan sebanyak 90 petani salak. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan *Purposive Sampling* yakni penentuan responden berdasarkan kriteria. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara dan kuesioner dengan analisis melalui regresi linear berganda. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap pendapatan petani salak di Desa Sibetan (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan pemasaran terhadap pendapatan petani salak di Desa Sibetan (3) harga dan pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani salak

Kata kunci: Harga; Pemasaran; Pendapatan.

PENGARUH HARGA DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN PETANI SALAK DI DESA SIBETAN

By

Ni Luh Ade Mulia Dewi, NIM 2217011018

Departement of Economic and Accounting

ABSTRACT

The objectives of this study are to determine (1) the effect of price on the income of salak farmers in Sibetan Village, (2) the effect of marketing on the income of salak farmers in Sibetan Village, and (3) the combined effect of price and marketing on the income of salak farmers in Sibetan Village. This is a quantitative study. The population comprises all salak farmers who own their own salak plots in Sibetan Village. As the population size is unknown, Ferdinand's formula was used, with the number of indicators multiplied by 10, resulting in a sample size of 90 salak farmers. Sampling was carried out using purposive sampling, i.e. the selection of respondents based on specific criteria. Data collection techniques comprised interviews and questionnaires, with analysis conducted using multiple linear regression. The research results indicate that (1) there is a positive and significant effect of price on the income of salak farmers in Sibetan Village; (2) there is a positive and significant effect of marketing on the income of salak farmers in Sibetan Village; (3) price and marketing simultaneously have a positive and significant effect on the income of salak farmers.

Keywords: Price; Marketing; Income.