



ANALISIS KENAIKAN HARGA TAHU TERHADAP DAYA BELI PEDAGANG TAHU DI PASAR MARDIKA AMBON

Rugaya Rahantoknam¹, William G. Louhenapessy^{1*}, Francisca R. Sinay¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan IPS FKIP Universitas Pattimura\

Article Info	ABSTRAK
<p>Kata Kunci: Pengaruh Harga Keputusan Pembelian Suku Cadang Motor Yamaha</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kenaikan Harga Tahu Terhadap Daya Beli Pedagang Tahu di Pasar Mardika Ambon. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Hasil penelitian kenaikan harga tahu terhadap daya beli pedagang tahu di pasar mardika ambon menggunakan uji regresi sederhana sehingga dapat diketahui bahwa kenaikan harga tahu terhadap daya beli pedagang tahu memiliki nilai Standardized Coefficients sebesar 371, tanda korelasinya adalah + (positif) artinya nilai kenaikan harga tahu baik maka pedagang juga akan merasa puas dan begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima dengan nilai signifikan 0,22 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau kenaikan harga tahu berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli pedagang tahu di pasar Mardika Ambon.</p>
<p>Keywords: <i>Analysis of The Increase in Tofu Prices on The Purchasing Power Of Tofu Traders</i></p>	<p>ABSTRACT <i>This study aims to determine the Increase in Tofu Prices Against the Purchasing Power of Tofu Traders in Ambon's Mardika Market. The type of research used in this research is descriptive quantitative research. Quantitative research is the type of data that can be measured or calculated directly, in the form of information or explanations expressed in numbers or in the form of numbers. The results of the research on the increase in tofu prices on the purchasing power of tofu traders at Mardika Ambon market used a simple regression test so that it can be seen that the increase in tofu prices on the purchasing power of tofu traders has a Standardized Coefficients value of 371, the correlation sign is (positive) meaning that the value of tofu price increases is good, so traders will also be satisfied and vice versa. From the results of this study, it proves that the proposed hypothesis is accepted with a value of 0.22 > 0.05, it can be concluded that there is an influence of variable X on variable Y or an increase in the price of tofu has a positive and significant effect on the significant purchasing power of tofu traders in the Mardika Ambon market.</i></p>

***Corresponding Author:**

William G. Louhenapessy¹

Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan IPS FKIP Unpatti

Jl. Ir. M. Putuhena Poka Ambon

georgelouhenapessy@gmail.com

PENDAHULUAN

Permasalahan utama dalam mewujudkan ketahanan pangan di Indonesia

saat ini adalah terkait dengan fakta bahwa pertumbuhan permintaan komoditas pangan yang lebih cepat dari pada pertumbuhan

penyediaannya. Peningkatan produktivitas komoditas pangan harus diperkuat untuk mewujudkan ketahanan pangan di Indonesia. Salah satu komoditas yang harus ditingkatkan produktivitasnya adalah kedelai. Ketersediaan kedelai di Indonesia menjadi penting karena hampir 90% digunakan untuk bahan pangan (Atman, 2014 dalam Fitrianto. Dkk. 2021). Proyeksi Kementan sampai dengan tahun 2020 menunjukkan bahwa produksi kedelai akan meningkat dengan laju 0,19% per tahun, sedangkan angka konsumsi meningkat dengan 2,36% per tahun, dengan kesenjangan yang akan meningkat dengan laju 3,46% per tahun (Syafaat Dkk, 2005 dalam Fitrianto. Dkk. 2021).

Berdasarkan catatan otoritas perdagangan, harga kedelai di pasar dunia sudah menembus di angka Rp8.875 per kilogram pada 25 Maret 2022 atau naik 95,6 persen dari posisi Rp4.526 per kilogram secara tahunan. Sementara porsi impor kedelai untuk memenuhi kebutuhan nasional mencapai 90 persen. Konsekuensinya, harga paritas impor kedelai mencapai Rp11.649 per kilogram dan harga yang diterima pengrajin dari Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia rata-rata sebesar Rp 12.284 per kilogram. Berdasarkan data Direktur Asosiasi Kedelai Indonesia (Akindo) 22 Maret 2022, stok kedelai dalam negeri 280.000 ton dengan ketahanan mencapai 1,4 bulan. Perannya, stok tersedia di gudang impor sebanyak 130.000 ton dan yang bakal masuk ke Indonesia sebesar 150.000 ton.

Kebijakan pemerintah yang mengambil tindakan instan seperti menurunkan tarif impor kedelai dari 5% menjadi nol persen. Tetapi kebijakan tersebut tidak serta merta menurunkan harga secara signifikan. Sehingga menyebabkan harga kedelai di Indonesia mengalami kenaikan dan mahal. Akibat kesenjangan tersebut kekurangan persediaan kedelai nasional menyebabkan Indonesia mengalami ketergantungan yang tinggi terhadap kedelai impor dari Negara lain. Kenaikan harga dari kedelai impor akan menyebabkan kenaikan harga kedelai di

dalam negeri mengalami kenaikan harga. Selain itu harga kedelai lokal jauh lebih mahal dibanding dengan harga kedelai impor, disebabkan terjadinya penurunan stok kedelai nasional (Sri Murniati dkk, 2019).

Kedelai adalah bahan pembuatan tahu. Tahu merupakan makanan pokok atau alternatif bagi sebagian besar masyarakat yang ada di Kota Ambon. Harga tahu cukup dikatakan rendah maka sebagian besar masyarakat di Kota Ambon membeli tahu untuk dijadikan sebagai makanan pengganti daging, ikan, dan telur. Tahu juga terdapat protein yang cukup tinggi. Masalah yang terjadi sekarang ini adalah harga tahu sedang naik, penyebab naiknya harga tahu karena kelangkaan dari sumber bahan baku yaitu kedelai. Kedelai yang ada di Indonesia terbatas sehingga di import dari luar negeri. Harga impor kedelai dari luar negeri cukup mahal menyebabkan harga tahu menjadi naik. Ada perbedaan harga tahu sebelum naik dan sudah naik. Harga tahu sebelum naik 3 potong tahu Rp.5.000 dan setelah naik harga, tahu 2 potong Rp.5.000. ini adalah data observasi awal peneliti saat turun ke pasar Mardika Ambon Tahun 2022

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. (Sugiyono, 2010; Lasaiba & Lasaiba, 2022). Sedangkan metode deskriptif merupakan salah satu metode yang memadu penelitian untuk mengeksplorasi situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Metode penelitian kuantitatif seperti deskriptif ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1.	Laki – laki	22	57,89 %
2.	Perempuan	16	42,10 %
Jumlah		38	100 %

Sumber: data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa hasil kuesioner yang disebar pada 38 responden pedagang tahu, diketahui sebagian besar responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 22 responden atau 57,89 % dikarenakan pada saat peneliti turun mengambil data kebanyakan yang ditemukan adalah laki-laki, sedangkan sisanya berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 16 responden atau 42,10 %.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1.	21 – 29	15	39,47 %
2.	30 – 39	11	28,94 %
3.	40 – 46	12	31,57 %
Jumlah		38	100 %

Sumber: data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa hasil kuesioner yang disebar pada 38 responden pedagang tahu diketahui responden yang paling banyak menjual tahu adalah responden yang mempunyai usia 21-29 tahun yaitu sebanyak 15 responden atau 39,47 % dikarenakan kemudian diikuti oleh responden yang berusia 40-46 sebanyak 12 responden atau 31,57 % dan paling sedikit adalah usia 30-39 sebanyak 11 atau 28,94 %.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1.	Pedagang Tahu	34	89,47 %
2.	Wiraswasta	4	10,52 %
Jumlah		38	100 %

Sumber: data primer (kuesioner) yang diolah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil kuesioner yang disebar pada 38 responden pedagang tahu, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang paling terbanyak adalah responden yang pekerjaannya sebagai pedagang tahu dengan jumlah 34 responden atau 89,47 selanjutnya wiraswasta dengan jumlah responden 4 responden atau 10,52%.

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Kenaikan Harga

No	Pernyataan	Skor					Rata-Rata
		Sts	Ts	N	S	Ss	
1	X1	0	8	5	16	9	3,68
2	X2	0	2	6	2	2	3,79
3	X3	2	1	5	2	7	3,84
4	X4	0	5	2	17	14	4,05
5	X5	0	0	15	17	6	3,67
Total							19,13

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Dari tabel 4 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Butir pernyataan 1, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan pertama X1). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 9 responden, setuju sebanyak 16 responden, netral sebanyak 5 responden dan tidak setuju sebanyak 8 responden. Dengan nilai rata-ratanya sebesar 3,68.
- b. Butir pernyataan 2, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan kedua X2). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 7 responden, setuju sebanyak 23 responden, netral sebanyak 5 responden, tidak setuju sebanyak 1 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,84.
- c. Butir pernyataan 3, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan ketiga X3). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 2 responden, setuju sebanyak 28 responden, netral sebanyak 6 responden, dan tidak setuju sebanyak 2 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,79.
- d. Butir pernyataan 4, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan keempat X4). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 14 responden, setuju sebanyak 17 responden, netral sebanyak 2 responden, dan tidak setuju sebanyak 5 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,05.
- e. butir pertanyaan 5, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan kelima X5). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 6 responden, setuju sebanyak 17 responden dan netral sebanyak 15 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,67.

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Daya Beli

No	Pernyataan	Skor					Rata-Rata
		Sts	Ts	N	S	Ss	
1	Y1	4	6	13	12	3	3,11
2	Y2	5	7	5	20	1	3,13
3	Y3	2	2	5	24	5	3,74
4	Y4	3	15	9	7	4	3,84
5	Y5	4	9	6	18	1	3,08
Total							15,89

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Dari tabel 5 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Butir pernyataan 1, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan pertama Y1). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 3 responden, setuju sebanyak 12 responden, netral sebanyak 13 responden, tidak setuju sebanyak 4 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden. Dengan nilai rata-ratanya sebesar 3,11.
- b. Butir pernyataan 2, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan kedua Y2). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 1 responden, setuju sebanyak 20 responden, netral sebanyak 5 responden, tidak setuju sebanyak 7 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 5 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,13.
- c. Butir pernyataan 3, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan ketiga Y3). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 5 responden, setuju sebanyak 24 responden, netral sebanyak 5 responden, tidak setuju sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,74.
- d. Butir pernyataan 4, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan keempat Y4). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 4

responden, setuju sebanyak 7 responden, netral sebanyak 9 responden, tidak setuju sebanyak 15 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,84.

- e. Butir pertanyaan 5, menunjukkan bahwa jawaban tentang (masukkan pernyataan kelima Y5). Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 1 responden, setuju sebanyak 18 responden, netral sebanyak 6 responden, tidak setuju sebanyak 9 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,08.

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana dalam keseluruhan variabel penelitian memuat 10 pernyataan yang harus dijawab 38 responden, untuk menguji masing-masing indikator kenaikan harga dan daya beli valid atau tidak. maka nilai rtabel dapat diperoleh melalui rumus df (degree of freedom) = $n - 2$ ($38 - 2 = 36$) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), sehingga r-tabel dari seluruh variabel sebesar 0,329. Selanjutnya butir-butir pernyataan dalam penelitian ini dikatakan valid jika nilai r hitung > rtabel.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Butir Pernyataan Nomor	Validitas		Keterangan
			rhitung	rtabel	
1	Kenaikan Harga	X1	,458	0,329	Valid
		X2	,485	0,329	Valid
		X3	,736	0,329	Valid
		X4	,474	0,329	Valid
		X5	,408	0,329	Valid
2	Daya Beli	Y1	,420	0,329	Valid
		Y2	,632	0,329	Valid
		Y3	,483	0,329	Valid
		Y4	,559	0,329	Valid
		Y5	,611	0,329	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Hasil uji validitas koefisien korelasi semua butir pertanyaan lebih besar dari r tabel yaitu 0,329, maka semua item pertanyaan tentang Kenaikan Harga dan Daya Beli, sudah Valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26. Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidak dipercaya

suatu instrumen penelitian, berdasarkan pada tingkat ketetapan dan kemantapan suatu alat ukur. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian salah satunya. Dengan melihat perbandingan antara nilai t hitung terhadap r tabel pada taraf kenaikan harga 95% (signifikan 5%). Item dinyatakan valid dalam uji validitas ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika r hitung (positif) atau r hitung > r tabel maka pernyataan reliabel.
- Jika r hitung (negatif) atau r hitung < r tabel maka pernyataan tidak reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kenaikan Harga

No	Variabel	Jumlah Item	Alpha Cronbach	Nilai Standar	Keterangan
1	Kenaikan Harga	5	0.282	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Pada tabel 7 reliability statistic dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil cronbach alpha instrument kenaikan harga adalah sebesar

0,282 dengan jumlah pernyataan 5 item. Ternyata memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60, yang berarti instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Tabel 8. Hasil uji Reliabilitas Variabel Daya Beli

No	Variabel	Jumlah Item	Alpha Cronbach	Nilai Standar	Keterangan
1	Daya Beli	5	0.268	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Pada tabel 8 reliability statistic dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil cronbach alpha instrument daya beli adalah sebesar 0,268 dengan jumlah pernyataan 5 item. Ternyata memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60, yang berarti instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji hipotesis menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Uji Regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiap variabel (Lasaiba, 2022). Pengaruh Kenaikan Harga (Variabel X) terhadap Daya Beli (Variabel Y) dengan menggunakan persamaan regresi. Untuk menguji besarnya pengaruh Kenaikan Harga terhadap Daya Beli digunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan teknik analisis statistik yang terdapat dalam, program SPSS versi 26. untuk itu digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 9. Hasil Uji Regresi (*Coefficients*)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14,806	1	14,806	5,745	,022 ^b
Residual	92,733	36	2,577		
Total	107,579	37			

a. Dependent Variable: Daya Beli

b. Predictors: (Constant), Kenaikan Harga

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai f hitung = 5,745. Sedangkan ftabel = 4,20. Adapun kriteria Ho ditolak jika fhitung > ftabel dengan $\alpha = 0,05$ (5%) dengan nilai

5,745 > 4,20. Maka, hasil uji regresi sederhana ini dapat diartikan bahwa H_a yang menyatakan Kenaikan Harga berpengaruh

positif terhadap Daya Beli diterima, dan konsekuensi H_0 ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji Regresi (Coefficients)

		Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,50	2,265		4,63	,000
		2			7	
	Kenaikan_Harga	0,282	,118	,371	2,39	,022
					7	

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS v.26 (2022)

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh koefisien X sebesar 0,282 dan konstanta sebesar 10,502. Maka, dapat digambarkan bentuk hubungan variabel Kenaikan Harga terhadap Daya Beli dalam bentuk persamaan Regresi $Y = 10,502 + 0,282X$. Hal ini menunjukkan bahwa Kenaikan Harga meningkat 1 point. Maka, Daya Beli akan menurun sebesar 0,282 pada konstanta 10,502. Dengan kata lain, semakin tinggi Kenaikan Harga maka Daya Beli akan menurun.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis data tentang kenaikan harga tahu terhadap daya beli pedagang tahu di pasar mardika ambon menggunakan uji regresi sederhana sehingga dapat diketahui bahwa kenaikan harga tahu terhadap daya beli pedagang tahu memiliki nilai Standardized Coefficients sebesar 371, tanda korelasinya adalah + (positif) artinya nilai kenaikan harga tahu baik maka pedagang juga akan merasa puas dan begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima dengan nilai signifikan $0,22 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau kenaikan harga tahu berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli pedagang tahu di pasar Mardika Ambon.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, yaitu yang dicantumkan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh:

1. Indo Laksana (2021), Pengaruh Fluktuasi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada Masyarakat Desa Muara Dua Kecamatan Ulubelu Kab. Tanggamus). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fluktuasi harga kopi secara signifikan positif mempengaruhi daya beli masyarakat.
2. Yuntadi Rizqiyah (2017), Pengaruh Kenaikan Harga Komoditas Pokok Terhadap Daya Beli Masyarakat (Studi Rumah Tangga Kelurahan Sumur Pecung Kota Serang) Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sedang antara kenaikan harga komoditas pokok dengan daya beli masyarakat. Dan pada analisis koefisien determinasi diperoleh $R^2 = 0,180$, artinya 18% daya beli masyarakat dipengaruhi oleh kenaikan harga komoditas pokok, dan sisanya 82% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini
3. Salmiati (2019), Dampak Kenaikan Harga Sembilan Bahan Pokok Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Kecamatan Bengo Kabupaten Bone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan harga sembilan bahan pokok sangat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat, upaya yang dilakukan pemerintah Kecamatan Bengo dalam meningkatkan daya beli masyarakat melalui program pemberdayaan petani serta program pemberdayaan kewirausahaan telah direspon positif oleh

masyarakat sebagai program yang berbasis sosial kemasyarakatan.

Hasil ini menunjukkan bahwa kenaikan harga tahu sangat berperan penting dalam membentuk kepuasan pedagang tahu. Semakin naik harga tahu yang diberikan oleh produsen maka semakin menurun daya beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Hayes, Law of Demand. Diakses pada 09-09-2021.
- Adrian Payne, Services Marketing Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1993, hlm. 28.
- Agus Hermawan, Komunikasi Pemasaran, Malang: PT Gelora Aksara, 2012, hlm. 38.
- Atman, 2014. Produksi Kedelai: Strategi Meningkatkan Produksi Kedelai Baku Kedelai di Kota Banda Aceh. Fakultas Pertanian Unsyiah, Banda Aceh. (Skripsi).
- Baridwan, Zaki. 2011. Intermediate Accounting Edisi 8. Yogyakarta: BPFE.
- Bastian. I., 2020, Manajemen Keuangan Publik. Buku., Penerbit Andi Yogyakarta jln. Beo 38-40.
- Bilson Simamora, Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, 19
- Bilson Simamora, Memenangkan Pasar, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 32. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 32.
- Cahyadi, W., 2007. Teknologi dan Khasiat Kedelai, Bumi Aksara, Jakarta
- Danang Sunyoto, Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen), CAPS, Cet. 1, Yogyakarta, 2013, hlm. 3
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, h.163
- Dwiningsih Erna Ayu, "Karakteristik Kimia Dan Sensori Tempe Dengan Variasi Bahan Baku Kedelai/Beras Dan Penambahan Angkak Serta Variasi Lama Fermentasi" Universitas Sebelas Maret, 2010.
- Edwin Aristo Setiawan, "Analisis Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Kelayakan Usaha Industri Tahu dan Tempe Di kecamatan Medan Deli" (Universitas Sumatera Utara, Medan: 2017) hlm: 36
- Ekawati Rahayu Ningsih, Op. Cit, hlm. 85
- Endah Prapti Lestari, Pemasaran Strategik, hlm. 2.
- Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Prentice Hall International, 1993, hlm. 28.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firdaus. 2011. Faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan kedelai pada industri tempe di Kecamatan Subulussalam. J. Tasimak. 11(1): 1- 5
- Fitrianto. F. R., E. Prasetyo., dan W. Roessli., 2021. Analisis Permintaan Kedelai Pada Industri Tempe Di Kecamatan Semarang Selatan. Jurnal Sungkai. Vol.9, No.1, Hal: 7-18
- Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm. 48.
- Gitosudarmo. 2005, Sistem Perencanaan dan Pengendalian Produksi, Edisi Revisi, Yogyakarta: BPFE
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220330/12/1517037/harga-kedelai-dunia-naik-importir-jamin-stok-dalam-negeri> (30/03/2022).
- <https://www.scribd.com/document/126866747/Beberapa-Factor-Yang-Mempengaruhi-Daya-Beli-Masyarakat-Yaitu>, diunduh pada tanggal 2 Mei 2018.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2010. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. (Psak) No.23.
- James F. Engel, et. al, Perilaku Konsumen, Jilid. 1, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994, hlm. 69
- Kotler & Keller. 2012. Marketing Management, 14th, Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. PT. Gelora Aksara Pratama: Erlangga.
- Lasaiba, M. A. (2018). Penggunaan Model Pembelajaran Berbasis Masalah (Problem Based Learning) Terhadap Hasil Belajar Geografi Pada Peserta Didik Kelas Vii-2 Smp Negeri 14 Ambon. *Jendela Pengetahuan*, 11(2), 8–21. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jp/article/view/6317>

- Lasaiba, M. A. (2022). Pengaruh Model Pembelajaran Treffinger Terhadap Keterampilan Proses dan Hasil Belajar Geografi Siswa MAN 2 Ambon. *GEOFORUM: Jurnal Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 1(1), 20–30.
- Lasaiba, M. A., & Lasaiba, D. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Cooperative Script untuk Meningkatkan Hasil Belajar Geografi. *Jurnal Basicedu*, 6(6), 9827–9839. <https://doi.org/10.30998/jkpm.v6i1.6602>
- M. Nur Rianto Al Arif, Teori Makro Ekonomi Islam: Konsep, Teori, dan Analisis (Bandung: ALFABETA, 2010), 94-96.
- M. Nur Rianto Al Arif, Teori Makro Ekonomi Islam: Konsep, Teori, dan Analisis (Bandung: Alfabeta, 2010), 85.
- Makhaul Ilmi, Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah, Yogyakarta: UII Press, 2001, hlm. 2.
- Mulia Nasution, Ekonomi Moneter: Uang dan Bank (Jakarta: Djembatan, 1998), 225.
- Mirnawati Sri, S.O. Muhammad. Strategi Dan Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Laba Usaha Pengrajin tahu Tempe Di Sukoharjo, Rambah Hilir, 2019.
- Nicholson, W. 2002. Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa oleh IGN Bayu Mahendra dan Abdul Aziz. Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Nurmeyda. 2010. Permintaan Industri Tempe Terhadap Kualitas Bahan Baku Kedelai di Kota Banda Aceh. Fakultas Pertanian Unsyiah, Banda Aceh. (Skripsi).
- Nurul Huda, Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis (Jakarta: Kencana, 2008), 182-183.
- Oentoro. D, 2012, “Manajemen Pemasaran Modern”, Cetakan Pertama LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta, 2004, hlm. 187-200
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikroekonomi & Makroekonomi, Cet III (Jakarta: Lpfe-Ui, 2008), 359.
- Putong, Iskandar. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro. Edisi II. Jakarta: Ghalia Indonesia, hlm. 32.
- Ristiyanti Prasetyo & John J.O.I Ihalauw, Perilaku Konsumen, Andi, Yogyakarta, 2004, hlm. 9
- Sadono Sukirno, Makro Ekonomi Suatu Pengantar (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 333.
- Sadono, Sukirno. 2002, Pengantar Teori Makroekonomi, edisi kedua, Rajawali Pers, Jakarta
- Salimah Meilani, “Penjualan Sebagai Tolak Ukur Keberhasilan Perusahaan”, dalam www.kompasiana9.com diunduh pada tanggal 10 November 2017.
- Samuelson & Nordhaus. (1993). Perekonomian Indonesia, edisi 2, Erlangga. Jakarta (Jimmy Safely)
- Saptarini D. Muzaki FK, Menjelajah Mangrove Surabaya. 2012.
- Sentot Imam Wahjono, Manajemen Pemasaran Bank, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hlm. 5.
- Soejono. R, 2021. Analisis Permintaan Kedelai Pada Industri Tempe Di Kecamatan Semarang Selatan. *Jurnal Sungkai*. Vol.9, No.1, Hal: 7-18
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hlm. 134
- Sonny Sumarsono, Ekonomi Mikro, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.h. 62.
- Stanton, William J. 1984. Fundamentals of Marketing Seventh Edition. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, Marketing Wise, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005, hlm. 4.
- Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, Marketing..., hlm. 116.ndi Tjiptono, Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Andi Offset, 2014. hlm. 4.
- Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, Marketing..., hlm. 13
- Sunyoto, Danang, 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Caps. (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.

- Suroto. 2000. Strategi pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Susanti, R. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Go Public Yang Listed Tahun 2005–2008). Skripsi Sarjana Ekonomi, Program Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Syafaat. N., P. U. Hadi, D.K. Sadra, E.M. Lokollo, A. Purwoto, J. Situmorang dan F. B. M. Debuke. 2005. Proyeksi Permintaan Dan Penawaran Komoditas Utama Pertanian. Proyek/Bagian Proyek Pengkajian Teknologi Pertanian Partisipatif. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian: Bogor.
- Tanoyo. S. B. 2014. Analisis Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Pendapatan Usaha Pengrajin Tempe Skala Kecil Dan Rumah Tangga. Skripsi. Semarang
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: C.V Andi Offset (Penerbit Andi).
- TK, Manajemen Pemasaran, Pusat Survei Geologi, 1983, hlm. 95.
- Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen, Ghalia Indonesia, Cet. 1, Edisi Kedua, Bogor, 2011, hlm. 5
- Usi Usmara, Pemikiran Kreatif Pemasaran, Yogyakarta: Amara Book, 2008, hlm. 27.
- Winarsi, Heri. 2010. Protein Kedelai dan Kecambah Manfaat bagi Kesehatan. Kanisius, Yogyakarta.
- Yianis P. Venieris and Frederick D. Sebold, "Macroeconomics Models and Policy", dalam Makro Ekonomi: teori, masalah, dan kebijakan, ed. Muana Nanga (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 237.
- Zakiah. 2011. Dampak impor terhadap produksi kedelai nasional. J. Agrisepp. 12(1): 1-10.