

## **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS (*Oryza Sativa* L.) DI SWALAYAN BERKAH MANDIRI KEC. MOJO KAB. KEDIRI**

**Pebby Endah Wahyuningrum, Erlin Widya Fatmawati, Nastiti Winahyu**

Program Studi Pendidikan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kediri, Kediri, 2024

Email : [pebbyendah1@gmail.com](mailto:pebbyendah1@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine consumer behavior regarding decision making to purchase rice (*Oryza Sativa*) at Swalayan Berkah Mandiri Kec. Mojo District, Kediri. The research was carried out from October to December 2023, which took place at the Berkah Mandiri Mojo Supermarket located in Mlati Village, Mojo District, Kediri Regency. The results of the research for the formulation of the first problem can be concluded that the dominant characteristics of respondents at Swalayan Berkah Mandiri are women with a percentage of 74%, the average age is 16-35 years, the last education is high school with a percentage of 58%, and the profession of private employees is the highest, dominant with a percentage of 36%. The results of the research for the second problem formulation can be concluded that from the overall test results the independent variables have a real influence on purchasing decisions. This decision is supported by an R value of 0.875, which means that overall there is a close relationship between the independent variables and the decision to purchase rice products at 87.5%. From the partial test results it was found that the variables cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors influence the decision to purchase rice at Swalayan Berkah Mandiri, Mojo District, Kediri Regency.*

*Keywords: Consumer Behavior; Cultural Factors; Social Factors; Psychological Factors; Personal Factors, Rice Purchasing Decision Making*

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian beras (*Oryza Sativa*) di Swalayan Berkah Mandiri Kec. Mojo Kab. Kediri. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2023, yang bertempat di Swalayan Berkah Mandiri Mojo yang terletak di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. Hasil penelitian untuk perumusan masalah yang pertama dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden di Swalayan Berkah Mandiri yang dominan adalah Wanita dengan presentase 74% , rata-rata di usia 16-35 tahun, Pendidikan terakhir vii SMA dengan presentase 58% , dan pekerjaan karyawan swasta profesi paling dominan dengan presentase 36%. Hasil penelitian untuk perumusan masalah yang kedua dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian secara keseluruhan variabel bebas memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Keputusan ini didukung dengan adanya nilai R 0,875 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara variabel-variabel bebas terhadap keputusan pembelian produk beras sebesar 87,5%. Dari hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di Swalayan Berkah Mandiri Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

Kata kunci: Perilaku Konsumen; Faktor Budaya; Faktor Sosial; Faktor Psikologi; Faktor Pribadi, Pengambilan Keputusan Pembelian Beras

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan konsumsi beras per kapita terbesar di Dunia. Hasil sensus penduduk 2020 jumlah penduduk kabupaten kediri terus mengalami peningkatan. Dalam jangka waktu sepuluh tahun sejak tahun 2010 jumlah penduduk

kabupaten Kediri mengalami penambahan sekitar 91,415 jiwa atau rata-rata sebanyak 9,100 jiwa setiap pertahunnya. Tingginya konsumsi beras di Indonesia juga dikarenakan adanya budaya makan rakyat Indonesia yang merasa belum makan jika belum mengonsumsi nasi, meskipun kebutuhan karbohidratnya sudah dipenuhi dari makanan lain. Perbedaan kebutuhan beras ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pendapatan, selera konsumen, kualitas beras dan harga beras.

Mojo merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Kediri dengan jumlah penduduk yang pertumbuhannya cukup pesat. Penduduk yang setiap harinya meningkat juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakatnya. Beras yang dikonsumsi oleh masyarakat baik individu, rumah tangga maupun usaha jasa berbeda-beda. Konsumen pun terdiri dari beragam tingkat sosial, salah satunya bisa dilihat melalui tingkat pendapatan masyarakat. Serta Kecamatan Mojo juga memiliki struktur beraneka ragam, keragaman tersebut meliputi budaya, gaya hidup, pendidikan serta pekerjaan yang tercerminkan dalam kehidupan sehari-hari. Keragaman yang tercipta tentu mempengaruhi masyarakat di Kecamatan Mojo dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, termasuk pembelian beras. Berkah Mandiri merupakan salah satu swalayan atau tempat berbelanja yang ada di Kecamatan Mojo dan merupakan tempat dipasarkannya berbagai jenis beras, baik itu beras yang bermerek maupun yang tidak bermerek.

Secara spesifik studi tentang perilaku konsumen membeli beras dalam kaitannya dengan budaya, sosial, pribadi dan psikologis dan atribut beras masih sangat kurang terutama di Swalayan Berkah Mandiri Kecamatan Mojo dan karena itu penelitian ini relevan untuk dilakukan. Atas dasar itu, maka penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dalam pembelian di Swalayan Berkah Mandiri Kecamatan Mojo.

## PEMBAHASAN

Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) dengan mempertimbangkan bahwa Swalayan Berkah Mandiri merupakan salah satu tempat berbelanja bahan pokok seperti beras yang berada di Kecamatan Mojo serta merupakan tempat berbelanja yang ramai dikunjungi oleh konsumen, dibandingkan dengan swalayan lainnya yang ada di daerah Mojo. Penelitian ini dilakukan dengan cara survei. Data yang digunakan di penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai alat. Data sekunder dari studi kepustakaan terkait dengan topik penelitian yang diambil dari buku, jurnal ilmuwan dan tesis. Teknik yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan accidental sampling dimana penentuan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel dengan kriteria tertentu dan kuesioner.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji determinan, uji hipotesis, dan uji asumsi klasik. Dilakukannya beberapa uji untuk mengetahui pengaruh dari faktor budaya, sosial, psikologi, dan pribadi yang cenderung mempengaruhi keputusan pembelian beras.

Validitas data adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrument. Instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya jika instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, mengungkap data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik korelasi produk. Setelah melakukan uji validitas. Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa Nilai korelasi item masing-masing variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis dan keputusan pembelian  $> 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa semua item masing-masing variabel memenuhi syarat untuk valid.

Reliabilitas menunjukan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan terhadap item yang valid, dimana item yang valid diperoleh melalui uji reliabilitas instrumen menggunakan pengujian dengan taraf signifikan 5%, jika  $r_{\alpha} > 0,6$  maka instrument tersebut dinyatakan reliable apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Dari hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa nilai  $r_{\alpha}$  dari semua faktor  $> 0,6$ .

Analisis linier berganda menurut para ahli yaitu analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variable bebas terhadap suatu variable tergantung dengan skala interval. Kemudian metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan metode OLS (Ordinary Least Square) yang digunakan untuk menganalisa pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis terhadap keputusan pembelian Beras di Swalayan Berkah Mandiri.

diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + b_4.x_4 + e$$

$$Y = -0,197 - 0,001 X_1 + 0,086 X_2 + 0,104 X_3 + 0,633 X_4 + e$$

a. Dari hasil pengujian diketahui nilai konstanta sebesar -0,197 artinya jika terjadi penambahan satu satuan, maka nilai keputusan pembelian produk beras mengalami penurunan sebesar 0,197 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap

b. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan hasil sebesar -0,001. Tanda negatif artinya jika variabel budaya meningkat maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,001. Sebaliknya, apabila variabel budaya turun, maka akan menaikkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,001.

c. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan hasil koefisien regresi sosial sebesar 0,086. Tanda positif artinya jika variabel sosial meningkat maka akan menaikkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,086. sebaliknya, apabila variabel sosial turun, maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,086.

d. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan hasil koefisien regresi pribadi sebesar 0,104. Tanda positif artinya jika variabel pribadi meningkat maka akan menaikkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,104. sebaliknya, apabila variabel pribadi turun, maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,104.

e. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan hasil koefisien regresi psikologis sebesar 0,633. Tanda positif artinya jika variabel psikologis meningkat maka akan menaikkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,633. sebaliknya, apabila variabel psikologis turun, maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,633.

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variable independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). jika nilai  $R^2$  sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variable independen terhadap variable dependen adalah sempurna atau baik. Koefisien korelasi (R) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang kuat ataupun rendah antara kedua variable berdasarkan nilai R pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi. Dari uji determinan diketahui R sebesar 0,875 menunjukan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen (Keputusan Pembelian) dengan variabel independent (budaya, sosia, pribadi dan psikologis) memiliki hubungan yang cukup kuat yaitu sebesar 87,5%. Dari tabel 18 juga diketahui nilai R Square sebesar 0,765. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen adalah sebesar 76,5%, sedangkan sisanya 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji t parsial dibuat untuk mengetahui masing-masing variable bebasnya berupa faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4) secara sendiri-sendiri apakah berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Adapun proses penilaiannya menggunakan SPSS. Kaidah pengujian signifikan :

- Jika nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan diterima (signifikan)
- Jika nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)

Dari uji t parsial dihasilkan nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas. Diketahui nilai T table dengan persamaan  $n - k - 1$  ;  $\alpha / 2 = 50 - 4 - 1$  ;  $0,05 / 2 = 45$  ;  $0,025 = 2,014$  pada signifikansi 5%. Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut :

Pengaruh Faktor Budaya (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sesuai dengan table diatas yaitu diketahui T hitung  $4,069 > 2,0141$  dan nilai signifikansi pengaruh faktor budaya (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel budaya terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Faktor Sosial (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sesuai dengan table diatas yaitu diketahui T hitung  $5,833 > 2,0141$  dan nilai signifikansi pengaruh faktor sosial (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel sosial terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Faktor Pribadi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sesuai dengan table diatas yaitu diketahui T hitung  $7,471 > 2,0141$  dan nilai signifikansi pengaruh faktor pribadi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel pribadi terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Faktor Psikologis (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sesuai dengan table diatas yaitu diketahui T hitung  $11,999 > 2,0141$  dan nilai signifikansi pengaruh faktor psikologis (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel psikologi terhadap keputusan pembelian

Uji f simultan merupakan uji yang dapat mengetahui pengaruh secara simultan seluruh variable bebas terhadap variable terikat. Kemudian variable bebas dalam penelitian ini adalah faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4) serta variable terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Untuk jelasnya dapat dilihat probabilitas dengan membandingkan dengan taraf kesalahan yang digunakan 5% atau 0,05.

Jika probabilitasnya  $<$  taraf kesalahan, maka dapat dikatakan bahwa variable bebas dapat menerangkan variable terikatnya secara serentak.

- Jika nilai signifikan  $F < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima (signifikan)
- Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan).

Dari hasil uji f dapat diketahui F hitung sebesar 36,715 dengan nilai signifikansi 0,000. Diketahui F tabel dengan persamaan  $n - k - 1$  ;  $k = 50 - 4 - 1$  ;  $4 = 45$  ;  $4 = 2,579$  (lihat dari tabel F pada tingkat signifikansi 5%). Dengan demikian diketahui F hitung  $36,715 > F$  tabel

2,579 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya perilaku konsumen yang terdiri dari (faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis) secara serentak ataupun bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Swalayan Berkah Mandiri Mojo (Ho ditolak  $H_0$  diterima)

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel dalam penelitian apakah mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011:29). Dalam model regresi, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang terdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Sminov dalam program SPSS. Menurut (Santoso, 2012:293) dasar pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan probabilitas, yaitu :

a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi model regresi normal.

b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi tidak normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data normal atau dengan kata lain data terdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011:142). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pendeteksi terhadap gejala heteroskedastisitas ini menggunakan Glejser test, yaitu dengan meregres nilai absolute residual terhadap variable bebas, dengan ketentuan :

a. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikan  $> \alpha$  (0,05)

b. Terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikan  $< \alpha$  (0,05)

Pada hasil uji heteroskedastisitas melalui gambar Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu, tersebar baik diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y. sehingga diketahui model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terhadap korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Tolerance mengukur variabel independent yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali 2012:105). Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa semua nilai VIF memiliki nilai  $< 10$ , dan nilai tolerance

$> 0,1$  Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, masing-masing variabel bebas dalam model regresi tidak mengalami multikolinieritas.

## KESIMPULAN

Karakteristik responden pembeli beras di Swalayan Berkah Mandiri Kec. Mojo Kab. Kediri Jawa Timur didominasi oleh konsumen Wanita dengan jumlah 37 orang (74%), dengan rentang usia 16-25 tahun (46%). Pendidikan terakhir SMA (58%), pekerjaan karyawan swasta (36%). Berdasarkan hasil pengujian secara keseluruhan variabel bebas memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Keputusan ini didukung dengan adanya nilai R 0,875 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara variabel-variabel bebas terhadap keputusan pembelian produk beras sebesar 87,5% sedangkan sisanya 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dari hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di Swalayan Berkah Mandiri Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharma, Ni Made Putri Agustini. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik*. Skripsi : Universitas Islam Malang.
- Ferawati., Saadah., & Amrullah, A. (2019). Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar. *Jurnal Soaiial Ekonomi Pertanian* 15 (1) : 1-16.
- Iqbal, Muhammad. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Beras Di Kabupataen Aceh Selatan*. Skripsi : universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat.
- Jayakusuma, Herdi. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian The Celup Sariwangi*. Skripsi : Universitas Islam Negeri Syarifah Hidayatullah Jakarta.
- Kamila, Farah., Prasetyo, Eddy., & Roessali, Wiludjeng. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Salatiga. *Jurnal Sosial Ekonom dan Kebijakan Pertanian* 3 (1) : 10-18.
- Navis, Nurul. (2018). *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Bagi Pedagang Pengecer Di Lambaro Kaphee*. Skripsi : Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh.
- Nurmadina, (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeian Secara Online*. Skripsi : UIN Alauddin Makassar.