

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERAS MERAH DI KOTA SURAKARTA**

***ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS THE PURCHASE DECISION OF
BROWN RICE IN SURAKARTA CITY***

Rifdha Arifah M^{1*}, Setyowati², Mei Tri Sundari³,
^{1*,2,3}(Program Studi Agribisnis, Universitas Sebelas Maret)

¹(Email : rifdhaarifah@gmail.com)

²(Email : watikchrisan@yahoo.com)

³(Email : meitri@staff.uns.ac.id)

ABSTRACT

Brown rice has a low calorie content and more fiber which can prevent diseases, one of which is diabetes mellitus. Diabetes mellitus is a non-communicable disease (NCDs) that has a high risk of causing death. Surakarta City is one of the cities in Central Java Province that has 12,105 cases of diabetes and experienced an increase of 3,221 cases in 2020-2021. One way to reduce diabetes mellitus in Surakarta City is by eating brown rice. A healthy diet by eating brown rice is a form of consumer behavior that can influence a decision to buy brown rice in Surakarta City. This problem occurs consumer behavior which is theoretically influenced by several factors, namely cultural, social, psychological, and personal or personal, where these variables can influence the decision to buy brown rice in Surakarta City. The purpose of this study is to analyze consumer behavior in terms of cultural, social, psychological, and personal or personal towards the decision to buy brown rice in Surakarta City. The basic method of this research is explanatory research with a quantitative approach. The location of the study is determined intentionally or purposively. The data analysis method uses multiple linear regression analysis with the help of the IBM SPSS Statistical version 22 application. The determination of the sample of this study used porpotional random sampling with a total sample of 100 respondents. The results of this study show that the variables that have a significant effect on the purchase decision of brown rice are social, psychological and personal or personal variables, while cultural variables do not have a significant effect.

Keywords : *Brown Rice, Consumer Behavior, Culture, Social, Psychology, Personal.*

ABSTRAK

Beras merah mempunyai kandungan kalori yang rendah dan serat lebih banyak yang dapat mencegah penyakit salah satunya diabetes melitus. Diabetes melitus adalah Penyakit Tidak Menular (PTM) yang memiliki resiko tinggi hingga menyebabkan kematian. Kota Surakarta termasuk salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki kasus diabetes sebanyak 12.105 kasus dan mengalami kenaikan 3.221 kasus di tahun 2020-2021. Salah satu cara mengurangi diabetes melitus di Kota Surakarta dengan mengonsumsi beras merah. Pola makan yang sehat dengan mengonsumsi beras merah merupakan bentuk perilaku konsumen yang dapat memengaruhi suatu keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta. Permasalahan tersebut terjadilah perilaku konsumen yang secara teoritis dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu budaya, sosial, psikologi, dan pribadi atau personal, dimana variabel-variabel tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis perilaku konsumen dari segi budaya, sosial, psikologi, dan pribadi atau personal terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta. Metode dasar penelitian ini yaitu *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja atau *purposive*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistic* versi 22. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan *purposional random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah adalah variabel sosial, psikologi dan pribadi atau personal, sedangkan variabel kebudayaan tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci : Beras merah, perilaku konsumen, budaya, sosial, psikologi, pribadi

PENDAHULUAN

Beras merah merupakan salah satu komoditas padi-padian kaya akan nutrisi, serat, mineral, vitamin dan memiliki kadar gula darah rendah (Nuryani, 2013). Beras merah mengandung kalori yang rendah dan serat lebih banyak yang dapat mencegah beberapa penyakit salah satunya yaitu diabetes melitus pada manusia (Nuryani, 2013). Menurut Databoks (2021) Indonesia merupakan salah satu negara di urutan kelima yang memiliki jumlah penderita diabetes terbesar di dunia dengan jumlah penderita sebesar 19,47 juta. Menurut Permana (2013) apabila penderita diabetes melitus tidak segera diobati dan terjadi komplikasi maka akan menyebabkan kematian. Salah satu provinsi di Pulau Jawa, Indonesia yang memiliki tingkat kematian tinggi diakibatkan penyakit diabetes melitus adalah Provinsi Jawa Tengah (Kemenkes RI, 2021). Menurut Dinas Kesehatan Jawa Tengah 2021, Kota Surakarta termasuk salah satu kota yang memiliki jumlah penderita diabetes melitus tinggi di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan data Dinas Kesehatan Kota Surakarta (2021) diabetes melitus merupakan penyakit yang beresiko tinggi dengan jumlah kasus mencapai 8.884 kasus di tahun 2020. Pada tahun 2021 kasus diabetes melitus meningkat sebesar 3.221 kasus sehingga jumlah kasus diabetes melitus menjadi 12.105 kasus. Penyebab penyakit diabetes melitus dikarenakan masyarakat masih kental dengan budaya mengonsumsi makan cepat saji atau *junk food* (Hariawan *et al.*, 2019). Hal ini didukung oleh data pengeluaran perkapita masyarakat Kota Surakarta tahun 2019-2020 (BPS Surakarta, 2021) yang menunjukkan bahwa kelompok makanan dan minuman jadi paling mendominasi dibandingkan kelompok makanan lainnya sehingga menyebabkan kasus diabetes melitus di Kota Surakarta meningkat.

Penyakit diabetes melitus dapat dikurangi dengan mempertahankan nilai gizi seimbang dalam tubuh dan tidak terjadi obesitas yang disebabkan oleh kadar glukosa yang tinggi (Ardiani *et al.*, 2021). Penurunan kadar glukosa dalam tubuh secara signifikan dapat dilakukan dengan mengonsumsi beras merah (Daeli *et al.*, 2018). Hal tersebut dapat mengurangi dan mencegah penyakit diabetes melitus di Kota Surakarta dengan mengonsumsi beras merah. Mengonsumsi beras merah merupakan gaya hidup sehat dengan mengubah pola makan (Nuryani, 2013). Pola makan sehat merupakan perilaku konsumsi akibat stimulasi dari lingkungan, gaya hidup, serta kemajuan teknologi yang membuat individu selektif dalam makanan dengan mengetahui informasi (Ramadhani, 2017). Lingkungan, gaya hidup, dan pencarian informasi merupakan indikator dari variabel budaya, sosial, psikologi, dan pribadi atau personal yang termasuk kedalam perilaku konsumen (Setiadi, 2003). Perilaku konsumsi yang merupakan salah satu

bentuk perilaku konsumen akan memengaruhi suatu keputusan pembelian beras merah (Syahrial dan Oscarius Yudhi Ari Wijaya, 2021).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Surakarta” yang bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dari segi kebudayaan, sosial, psikologi, dan pribadi/personal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta termasuk variabel mana yang dominan dalam keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian ini yaitu metode *explanatory research* menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* melalui beberapa pertimbangan. Pertimbangan pertama yaitu Kota Surakarta adalah salah satu kota Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah penderita diabetes sebanyak 12.105 penderita dan terjadi peningkatan kasus diabetes pada tahun 2019-2020 sebanyak 3.221 kasus. Pertimbangan kedua memilih lokasi Surakarta dikarenakan Kota Surakarta memiliki rata-rata pengeluaran perkapita sebulan kelompok makanan dan minuman jadi tertinggi pada tahun 2019-2020 dimana masyarakat mengalokasikan sebagian besar pendapatannya untuk kelompok makanan dan minuman jadi, termasuk *fastfood* atau *junkfood*.

Teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *proportional random sampling*. Menurut Arikunto (2007), teknik *proportional random sampling* merupakan suatu teknik dalam pengambilan sampel membagi populasi kedalam beberapa kelompok dan sampel akan ditentukan dengan mengambil perwakilan dari masing-masing kelompok. Banyaknya sampel penelitian berpacu pada Hair *et al* (2010), penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam analisis faktor yaitu 5 kali dari jumlah indikator yang digunakan. Penelitian ini menggunakan 20 indikator dan apabila dikali 5 maka menghasilkan 100 responden. Penyebaran sampel dilakukan di lima kecamatan Kota Surakarta ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian Jumlah Sampel di 5 Kecamatan di Kota Surakarta

Kecamatan	Jumlah Peduduk	Jumlah Responden
Banjarsari	168.770	32
Jebres	138.775	27
Laweyan	88.524	17
Pasar Kliwon	78.517	15
Serengan	47.778	9
TOTAL	522.364	100

Sumber: Data primer, 2022.

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer sebagai data utama dan didukung dengan data sekunder. Menurut Timpal *et al* (2016) data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber pertama. Data primer yang diperoleh dilakukan dengan pengisian kuesioner melalui wawancara terhadap responden mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta dan data sekunder menurut Anggara dan Yulianto (2017) adalah data yang diperoleh dari pihak lain dan tidak diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya seperti BPS Surakarta, Dinas Kesehatan Jawa Tengah, dan Dinas Kesehatan Kota Surakarta. Responden yang digunakan peneliti merupakan responden yang mengonsumsi beras merah dan pernah membeli beras merah minimal dua kali pembelian.

Pengumpulan data yang dilakukan observasi, wawancara, dan pencatatan. Penelitian ini menggunakan skala *likert* sehingga perlu ditransformasikan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*) dengan bantuan *software Microsoft excel 2010* dan dilakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Joko Prambudi dan Imantoro (2021) pengujian instrument penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa tepat dan layak data yang diperoleh dalam penelitian. Uji instrumen penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 dengan bantuan aplikasi *software IBM SPSS statistics 22*.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	R hit	Ket
Kebudayaan (X1)			
1.	Kebudayaan	0,392	Valid
2.	Sub-budaya	0,395	Valid
3.	Kelas sosial	0,347	Tidak Valid
Sosial (X2)			
1.	Kelompok referensi	0,438	Valid
2.	Keluarga	0,413	Valid
3.	Peran dan status	0,447	Valid
Psikologi (X3)			
1.	Motivasi	0,403	Valid
2.	Persepsi	0,515	Valid
3.	Proses belajar	0,394	Valid
4.	Kepercayaan dan sikap	0,392	Valid
Pribadi/personal (X4)			
1.	Umur dan tahapan siklus hidup	0,440	Valid
2.	Pekerjaan	0,472	Valid
3.	Keadaan ekonomi	0,480	Valid
4.	Gaya hidup	0,443	Valid
5.	Kepribadian dan konsep diri	0,395	Valid
Keputusan pembelian (Y)			
1.	Pengenalan kebutuhan	0,443	Valid
2.	Pencarian informasi	0,457	Valid
3.	Evaluasi alternatif	0,611	Valid
4.	Keputusan pembelian	0,456	Valid
5.	perilaku pasca pembelian	0,352	Tidak Valid

Sumber: Data primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa 18 indikator memiliki r hitung > r tabel dengan nilai sig < 0,05 artinya data tersebut valid. Namun terdapat dua indikator tidak valid dikarenakan r hitung < r tabel yaitu kelas sosial dan perilaku pasca pembelian. Nilai r tabel 0,361 didapatkan dari tabel distribusi nilai r dengan N=30.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
20	0,773	Reliabel

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 3 hasil dari uji reliabilitas kuesioner penelitian dengan 20 indikator pertanyaan yang mencakup pertanyaan dari variabel bebas dan terikat memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,773. Sesuai dengan kriteria uji reliabilitas apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

Metode analisis yang digunakan penelitian adalah analisis regresi linear berganda dengan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis dilakukan meliputi uji koefisien determinasi, uji-f, dan uji-t. analisis data penelitian ini dibantu dengan *software IBM SPSS Statistic 22*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jumlah responden penelitian ini sebanyak 100 orang dan pernah melakukan pembelian beras merah minimal dua kali pembelian di Kota Surakarta. Responden penelitian ini terdiri dari perempuan dan laki-laki minimal usia 17 tahun dikarenakan usia tersebut bisa memberikan jawaban yang logis dan bisa mengambil keputusan (Maharama dan Kholis, 2018).

Tabel 4. Karakteristik Responden Beras Merah di Kota Surakarta Tahun 2022.

No	Karakteristik	Frekuensi	%
1.	Jenis kelamin		
	Laki-laki	44	44
	Perempuan	56	56
2.	Umur		
	17-25	23	23
	26-35	36	36
	36-45	15	15
	46-55	19	19
	56-65	7	7
3.	Status		
	Menikah	53	53
	Belum menikah	47	47
4.	Domisili		
	Banjarsari	32	32
	Jebres	27	27
	Laweyan	17	17
	Pasar kliwon	15	15
	Serengan	9	9
5.	Pendidikan		
	SD	1	1
	SMP	6	6
	SMA/SMK	35	35
	D3/ sederajat	5	5

	S1/ sederajat	53	53
6.	Pekerjaan		
	Pelajar/mahasiswa	20	20
	PNS	7	7
	Pegawai swasta	38	38
	Wirausaha/wiraswasta	17	17
	Guru/dosen	4	4
	Ibu rumah tangga	13	13
	Lainnya	1	1
7.	Pendapatan		
	< Rp1.500.000,00	15	15
	Rp1.500.000,00– Rp2.499.999,00	25	25
	Rp2.500.000,00–Rp3.500.000,00	33	33
	> Rp3.500.000,00	27	27
8.	Frekuensi pembelian		
	1 kali	30	30
	2 kali	41	41
	3 kali	26	26
	4 kali	3	3
9.	Pembelian terakhir		
	1 minggu yang lalu	29	29
	2 minggu yang lalu	33	33
	3 minggu yang lalu	18	18
	4 minggu yang lalu	20	20

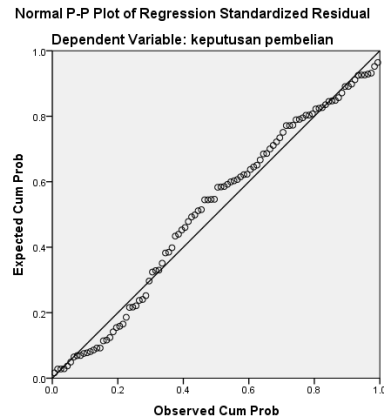
Sumber: Data primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan. Jenis kelamin perempuan memiliki sifat dominan dalam menentukan keputusan pembelian suatu barang dan dalam melakukan keputusan pembelian perempuan cenderung menggunakan perasaan yang *feminime* dan agak peka ketika tertarik pada iklan (Fitriani, 2019). Umur responden penelitian ini didominasi oleh kategori dewasa awal (26-35 tahun) sebanyak 36 responden. Kategori tersebut merupakan kategori usia yang mempunyai tingkat *mindfulness* tinggi sehingga akan memengaruhi *impulsive buying* (Salisa *et al.*, 2022). Status responden didominasi oleh status menikah. Hal ini dikarenakan terdapat relasi antara status pernikahan dengan keputusan pembelian suatu produk (Nuraini dan Najib, 2015). Pendidikan terakhir yang dimiliki responden didominasi S1/ sederajat. Menurut Aufanada *et al* (2017) dan Veny *et al* (2013), pendidikan dapat memengaruhi ketersediaan membayar dan semakin bertambahnya pengetahuan akan lebih selektif dalam memilih makanan. Mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta yang memiliki pendapatan sebesar Rp2.500.000,00–Rp3.500.000,00. Konsumen beras merah umumnya dikonsumsi oleh keluarga dengan tingkat pendapatan Rp2.000.000,00–Rp6.330.000,00 (Veny *et al.*, 2013). Mayoritas responden melakukan pembelian beras merah sebanyak dua.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik penelitian ini terdiri dari tiga uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi dikarenakan autokorelasi hanya digunakan pada data *time series*.

Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Normal P-Plot.

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Pada uji normalitas penelitian ini ini melihat grafik p-plot seperti Gambar 1 yang menunjukkan bahwa data residual (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa data yang tersebar disekitar garis diagonal menunjukkan data tersebut telah berdistribusi normal. Berdasarkan analisis grafik normal P-Plot penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas. Uji normalitas lain penelitian ini dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas (*kolmogorov-smirnov*)

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized residual</i>
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.34889467
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.062
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dapat memperkuat pengujian normalitas yang sebelumnya dilakukan menggunakan grafik normalitas P-Plot. Berdasarkan Tabel 5, uji normalitas dengan uji *kolmogorov-smirnov* didapatkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,067. Hasil *output* tersebut telah diketahui nilai *asymp. Sig. (2-tailed)* (0,067) > α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa pada uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Mutikolinearitas

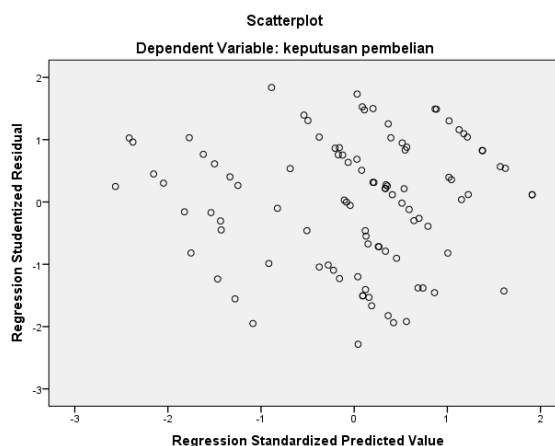
Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kebudayaan (X1)	.795	1.258
Sosial (X2)	.642	1.558
Psikologi (X3)	.732	1.366
Pribadi/Personal (X4)	.548	1.826

Sumber : Analisis data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6 diketahui hasil uji multikolinearitas penelitian ini memiliki nilai VIF secara berurutan kebudayaan (X1), sosial (X2), psikologi (X3), dan pribadi atau personal (X4) < 10 yaitu 1,258; 1,558; 1,366; dan 1,826. Nilai toleransi dari kebudayaan (X1), sosial (X2), psikologi (X3), dan pribadi atau personal (X4) > 0,1 yaitu 0,795; 0,642; 0,732; dan 0,548. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas data tersebut masing-masing memiliki nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas antara variabel-variabel independen dalam penelitian ini sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi penelitian sudah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik scatterplot

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Berdasarkan grafik pada Gambar 2 diketahui bahwa pola titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak diatas maupun dibawah nilai 0. Hasil pola penelitian ini menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian ini terdiri dari tiga uji yaitu uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*), uji-f (serentak), dan uji-t (parsial).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,799	0,638	0,623	0,35616

Sumber : Analisis data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 7 hasil uji koefisien determinasi penelitian ini memiliki nilai *Adj R-square* sebesar 0,623 atau 62,3 %. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (kebudayaan, sosial, psikologi, dan pribadi/personal) penelitian ini berpengaruh kuat terhadap variabel dependen (keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta) sebesar 62,3%, sedangkan sisanya sebesar 37,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati pada penelitian ini seperti kebiasaan, tempat membeli, manfaat, kemasan, promosi dan lainnya.

Uji-F

Tabel 8. Hasil Uji-F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	21,237	4	5,309	41,854	0,000
Residual	12,051	95	0,127		
Total	33,288	99			

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Keterangan: (***) : Signifikan pada tingkat kepercayaan 99%

Hasil output uji F pada Tabel 8, diperoleh nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 99% atau $\alpha = 0,01$ yaitu sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh $< \alpha$ (0,01) artinya variabel independen penelitian ini (kebudayaan, sosial, psikologi, dan pribadi/personal) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta. Hasil uji F penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syahrial dan Oscarius Yudhi Ari Wijaya (2021) bahwa semua variabel kebudayaan, sosial, psikologi, dan pribadi atau personal secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian beras merah.

Uji-T

Tabel 9. Hasil Uji-T

Model	B	t	Sig
Constant	0,109	0,417	0,677
Kebudayaan	-0,043	-0,776	0,440 ^{ns}
Sosial	0,265	3,815	0,000 ^{***}
Psikologi	0,443	6,074	0,000 ^{***}
Pribadi/Personal	0,294	3,361	0,001 ^{***}

Sumber : Analisis data primer, 2022.

Keterangan: (***) : Signifikan pada tingkat kepercayaan 99%

^{ns}) : Non signifikan

Berdasarkan Tabel 37 hasil dari persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini ditunjukkan rumus berikut ini :

$$Y = 0,109 - 0,043X_1 + 0,265X_2 + 0,443X_3 + 0,294X_4$$

Hasil penelitian Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) variabel kebudayaan (X1) yaitu sebesar 0,440 $> \alpha$ (0,01) yang berarti bahwa variabel kebudayaan (X1)

secara individu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta (Y) dengan tingkat kepercayaan 99%. Hal ini sejalan oleh penelitian Supriyono dan Iskandar (2015) bahwa teori terdahulu yang mengatakan faktor kebudayaan merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada keputusan pembelian, nyatanya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan beberapa faktor lain. Budaya yang melekat pada masyarakat adalah budaya mengonsumsi *junk food*, sehingga sedikit minat masyarakat dalam mengonsumsi beras merah.

Hasil nilai signifikansi (Sig.) dari variabel sosial (X2) yaitu sebesar $0,000 < \alpha (0,01)$ yang berarti bahwa variabel sosial secara individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta dengan tingkat kepercayaan 99% dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras di Kota Surakarta. Hal ini dikarenakan responden membeli beras merah terdapat pengaruh dan informasi dari keluarga. Keputusan pembelian sebagian besar adanya pengaruh dari lingkungan sekitar baik keluarga, teman, kerja, dan lainnya (Febriani, 2019). Lingkungan keluarga responden merupakan salah satu faktor dalam keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta.

Hasil nilai signifikansi (Sig.) dari variabel psikologi (X3) yaitu sebesar $0,000 < \alpha (0,01)$ yang berarti bahwa variabel psikologi secara individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta dengan tingkat kepercayaan 99% dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras di Kota Surakarta. Hal ini dikarenakan responden membutuhkan beras merah dikarenakan adanya motivasi dan persepsi atau gambaran. Menurut Raharjanti *et al* (2020) dan Syahputro *et al* (2018), kepercayaan dan persepsi seseorang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Responden memiliki keyakinan, pemahaman, pengetahuan serta wawasan mengenai kandungan, manfaat, dan kelebihan mengonsumsi beras merah apabila dikonsumsi dalam waktu jangka panjang akan berdampak positif bagi kesehatan tubuh sehingga responden rela mengeluarkan uang lebih banyak untuk pembelian beras merah yang cukup mahal. Variabel ini menjadi variabel dominan dalam keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta dikarenakan variabel ini memiliki nilai beta lebih besar dari variabel lainnya.

Hasil nilai signifikansi (Sig.) dari variabel pribadi atau personal (X4) yaitu sebesar $0,001 < \alpha (0,01)$ yang berarti bahwa variabel pribadi atau personal secara individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta dengan tingkat kepercayaan 99% dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras di Kota Surakarta. Hal ini dikarenakan responden memiliki pendapatan yang tergolong tinggi yaitu Rp2.500.000,00 hingga Rp3.500.000,00 perbulannya sehingga mampu dalam melakukan pembelian beras merah. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Zamrodah (2021) dan Munandar (2017) yang menyatakan bahwa variabel pribadi termasuk gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah perilaku konsumen beras merah terhadap keputusan pembelian di Kota Surakarta secara bersama-sama dapat dipengaruhi oleh variabel kebudayaan, sosial, psikologi, dan pribadi atau personal. Namun secara parsial, variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta adalah variabel sosial, psikologi dan pribadi atau personal. Sedangkan variabel kebudayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta. Artinya keputusan pembelian beras merah di Kota

Surakarta hanya dipengaruhi oleh variabel sosial, psikologi, dan pribadi atau personal. Dari keempat variabel yang menjadi variabel dominan konsumen beras merah dalam keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta adalah variabel psikologi. Artinya, Konsumen akan lebih memerhatikan variabel psikologi dalam keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta.

Saran

Sehubungan dengan signifikannya dan dominannya variabel psikologi dengan keempat indikatornya, dan variabel psikologi menjadi variabel dominan dalam keputusan pembelian beras merah di Kota Surakarta, maka disarankan produsen beras merah lebih meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan benih beras merah pilihan dan menggunakan teknik budidaya tanpa menggunakan pestisida kimia agar terciptanya beras merah organik, produsen perlu membuat kemasan dengan desain semenarik mungkin dan mencantumkan manfaat serta kelebihan beras merah, produsen juga perlu memperluas pasar dengan menggencarkan promosi langsung dipasaran, media cetak, dan juga media elektronik dengan mengedepankan informasi mengenai manfaat dan kelebihan beras merah sehingga konsumen akhirnya akan membeli beras merah. Saran lain yang dapat diberikan yaitu perlunya sertifikasi beras merah organik apabila beras merah tersebut ditanam menggunakan bebas pestisida kimia karena akan memengaruhi keyakinan konsumen terhadap beras merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, A. W., dan Yulianto, A. (2017). Analisis Kinerja Reksadana Saham dengan Metode Sharpe, Treynor dan Jensen. *Jurnal Analisis Management*, 6(1), 14–22. <http://maj.unnes.ac.id>
- Ardiani, H. E., Permatasari, T. A. E., dan Sugiatmi, S. (2021). Obesitas, Pola Diet, dan Aktifitas Fisik dalam Penanganan Diabetes Melitus pada Masa Pandemi Covid-19. *Muhammadiyah Journal of Nutrition and Food Science (MJNF)*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/mjnf.2.1.1-12>
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Reneka Apta.
- Aufanada, V., Ekowati, T., Prastiwi, W. D., Membayar, K., Sayuran, P., Di, O., Modern, P., dan Selatan, J. (2017). Ketersediaan Membayar Produk Sayuran Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2), 67–75. <https://journal.umy.ac.id/index.php/ag/article/view/2609>
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (2021). *Kota Surakarta Dalam Angka 2021*. Surakarta: BPS Surakarta.
- Daeli, E., Ardiana, M., dan Candra, A. (2018). Pengaruh Pemberian Nasi Beras Merah (*Oryza nivara*) dan Nasi Beras Hitam (*Oryza sativa L.indica*) terhadap Perubahan Kadar Gula Darah dan Trigliserida Tikus Wistar (*Rattus norvegicus*) Diabetes Melitus Tipe 2. *JNH(Journal of Nutrition and Health)*, 6(2), 42–56.
- Dinkes Jawa Tengah. (2021). *Profil Kesehatan Jawa Tengah 2021*. Jawa Tengah: Dinas Kesehatan Jawa Tengah.
- Dinkes Surakarta. (2021). *Profil Kesehatan Kota Surakarta 2021*. Surakarta: Dinas Kesehatan Kota Surakarta.
- Febriani, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v9i1.1081>

- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *CCIT Journal*, 12(1), 99–107. <https://doi.org/10.33050/ccit.v12i1.605>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. (2010). *Factor Analysis. In: Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Inc.
- Hariawan, H., Fathoni, A., dan Purnamawati, D. (2019). Hubungan Gaya Hidup (Pola Makan dan Aktivitas Fisik) Dengan Kejadian Diabetes Melitus di Rumah Sakit Umum Provinsi NTB. *Jurnal Keperawatan Terpadu (Integrated Nursing Journal)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.32807/jkt.v1i1.16>
- Joko Prambudi, dan Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 687–704.
- Kemendes RI. (2021). *Profil Kesehatan Indonesia 2021*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Maharama, A. R., dan Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203–213. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>
- Munandar. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 6(1), 1–9.
- Nuraini, D., dan Najib, M. (2015). Pengaruh faktor lingkungan pada keputusan pembelian produk susu di pasar tradisional dan modern. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 95–111.
- Nuryani. (2013). Potensi Substitusi Beras Putih Dengan Beras Merah Sebagai Makanan Pokok Untuk Perlindungan Diabetes Melitus. *Jurnal Media Gizi Masyarakat Indonesia*, 3(3), 157–168. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/mgmi/issue/download/279/39>
- Permana, H. (2013). *Komplikasi Kronik dan Penyakit Penyerta pada Diabetes*. Division of Endocrinology and Metabolism Department of Internal Medicine Padjadjaran University Medical School/Hasan Sadikin Hospita.
- Raharjanti, R., Mardinawati, M., Ardiansah, M. N., Hidayati, U., dan Susena, S. (2020). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(1), 6–12. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i1.22018>
- Ramadhani, S. T. (2017). Hubungan Perilaku Konsumsi Makanan Sehat dengan Status Gizi Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, 4, 81–87.
- Salisa, F., Rachmatan, R., Kumala, I. D., dan Sari, N. (2022). Mindfulness dan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal yang Melakukan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 274–281. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.53>
- Supriyono, dan Iskandar, D. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret. *Jurnal Kelola*, 2(3), 43–59.
- Syahputro, D., Lie, D., Butarbutar, M., dan Inrawan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Harmoni Lestari Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 3(1), 8–15. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v3i1.39>
- Syahrial, R., dan Oscarius Yudhi Ari Wijaya. (2021). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Pasar Tembok Surabaya. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 05(02), 653–661.
- Timpal, N., S.L.H.V.J., L., dan Rate, P. Van. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand

- attitude terhadap keputusan pembelian handphone merek nokia (studi kasus pada siswa sma dan smk di kota manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 308–317. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10779>
- Veny, J., Sianturi, O., Setiawan, G., Putra, A., dan Ginarsa, W. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Merah Organik di Kota Denpasar. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 2(3), 146–154. <http://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA>
- Zamrodah, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik (Studi kasus di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar). *Jurnal Viabel Pertanian*, 15(2), 132–140. <https://doi.org/10.35457/viabel.v15i2.1771>