

Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium Bulog Di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang

(Analysis Of Factors Affecting Consumer Decisions On Purchasing Bulog Premium Rice At Rumah Pangan Kita (RPK) In Semarang City)

Jingga Syielfa Choerunnisa¹, Agus Setiadi², Edy Prasetyo³

Jurusan Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro; Jalan Prof. Jacob Rais.

(024) 7460024 ext 101 atau 128 /fax (024) 7460027

Email : Jinggasyielfa19@gmail.com

ABSTRAK

Beras premium merupakan beras yang berkualitas tinggi dan bervariasi. Beras premium menjadi pilihan bagi beberapa rumah tangga Indonesia yang mengutamakan kualitas. Tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis perilaku konsumen beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang yang meliputi karakteristik responden, perilaku konsumen serta menganalisis pengaruh faktor kualitas produk, harga beras premium, harga beras substitusi, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian dilaksanakan pada 1 November – 10 Desember 2023 di tiga Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang yaitu RPK Life by Grace, RPK Toko Aniek Falah dan RPK Sofiyah. Penentuan lokasi menggunakan *purposive* dengan pertimbangan tiga lokasi RPK yang dipilih menjual beras premium secara kontinyu dan aktif. Metode penelitian menggunakan survei dan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan menggunakan alat bantu kuesioner kepada 100 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *quota sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa karakteristik responden di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang yaitu responden didominasi oleh konsumen perempuan, kelompok usia didominasi 30-40 tahun, latar belakang pendidikan didominasi pendidikan SMA, pekerjaan didominasi sebagai Wiraswasta. Perilaku konsumen di Rumah Pangan Kita (RPK) dalam mencari informasi produk lebih didorong oleh inisiatif pribadi mereka untuk menelusuri informasi tersebut dan frekuensi pembelian sebanyak 1-3 kali dalam sebulan. Hasil penelitian secara simultan kualitas produk, harga beras premium, harga beras substitusi, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan secara parsial harga beras premium, harga beras substitusi, pendapatan dan jumlah keluarga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Beras Premium BULOG, Keputusan Pembelian, Rumah Pangan Kita (RPK).

ABSTRACT

Premium rice is high-quality and comes in various types. It is the choice for some Indonesian households that prioritize quality. The purpose of the research is to analyze the consumer behavior of BULOG premium rice at Rumah Pangan Kita (RPK) in Semarang City, which includes the characteristics of respondents, consumer behavior, and to analyze the influence of product quality factors, premium rice prices, substitute rice prices, income, number of family members, and promotions on purchasing decisions. The research was conducted from November 1 to December 10, 2023, in three Rumah Pangan Kita (RPK) locations in Semarang City, namely RPK Life by Grace, RPK Toko Aniek Falah, and RPK Sofiyah. The location was determined purposively with the consideration that the three chosen RPK locations sell premium rice continuously and actively. The research method used was a survey, and data collection techniques were through interviews using a questionnaire tool with 100 respondents. The sampling method used was quota sampling. Data analysis used descriptive and quantitative analysis. The quantitative analysis employed was multiple linear regression analysis. The results showed that the characteristics of respondents at Rumah Pangan Kita (RPK) in Semarang City were predominantly female consumers, the age group was dominated by those aged 30-40 years, the educational background was dominated by high school graduates, and the occupation was predominantly entrepreneurs. The consumer behavior at Rumah Pangan Kita (RPK) in seeking product information was more driven by their initiative to explore this information and the frequency of purchase was 1-3 times a month. The research results simultaneously show that product quality, premium rice prices, substitute rice prices, income, number of family members, and promotions influence purchasing decisions, and partially, premium rice prices, substitute rice prices, income, and the number of family members have an effect on purchasing decisions.

Keywords: BULOG Premium Rice, Purchasing Decision, Rumah Pangan Kita (RPK).

PENDAHULUAN

Beras merupakan bahan pangan pokok terpenting di dunia, khususnya di Indonesia memiliki peran strategis bagi perekonomian nasional. Indonesia sebagai salah satu produsen terbesar di Asia memberikan perhatian khusus pada usahatani padi dan bisnis perberasan untuk memastikan kestabilan pasokan dan harga beras (Anggrayini, 2020). Produksi padi di Indonesia, khususnya di Jawa Tengah, menunjukkan tren positif. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), produksi padi dari September hingga Desember 2022 mencapai 55,67 juta ton, meningkat sebesar 1,25 juta ton atau 2,31% dari tahun sebelumnya. Hal ini menandakan kemajuan signifikan dalam produksi padi dan potensi surplus beras di wilayah tersebut.

Kota Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah berperan penting dalam dinamika pasar beras. Kota Semarang memiliki luas wilayah 373,70 km² dengan jumlah penduduk 1.729.428 jiwa dengan jumlah kepadatan penduduk sebesar 4.289 jiwa/km² sehingga menjadi pasar potensial untuk beras premium, termasuk produk-produk beras premium BULOG yang dipasarkan melalui Rumah Pangan Kita (RPK) (BPS Kota Semarang, 2017). Beras premium BULOG, yang dijual di RPK Kota Semarang yaitu beras setra ramos dengan kualitas tinggi dan harga terjangkau. Varietas beras premium yang digunakan oleh BULOG yaitu varietas IR64 yang memiliki karakteristik fisik sesuai standar mutu nasional sehingga menciptakan nilai tambah bagi produk (Mufidah, 2017).

Perilaku konsumen terhadap beras premium sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk harga, kualitas produk, promosi, jumlah anggota keluarga dan pendapatan. Menurut Irwansyah et al. (2021) perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan yang melibatkan pencarian informasi, evaluasi,

pembelian, dan penggunaan produk. Konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya memuaskan kebutuhan fisik tetapi juga memberikan manfaat kualitas yang optimal (Setiadi, 2015).

Penelitian mengenai perilaku konsumen khususnya terhadap beras premium BULOG masih terbatas, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi produsen dan distributor beras premium. Fokus penelitian ini adalah menganalisis karakteristik konsumen beras premium BULOG, proses keputusan pembelian, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk beras premium BULOG di RPK Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen dan membantu dalam pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk beras premium BULOG, mendukung keberlanjutan produksi pangan dan kesejahteraan masyarakat.

MATERI DAN METODE

Materi

A. Beras Premium

Beras premium, yang diolah dari penggilingan padi, mengandung pati serta beragam vitamin dan mineral, menjadikannya sumber energi penting (Thooriqh, 2021). Beras ini memiliki kandungan gizi yang bervariasi dengan setiap 100 gram beras mengandung sekitar 360 kkal energi, lebih tinggi dibandingkan sumber pangan lain (Hermawan dan Meylani, 2016). Beras premium, yang berbeda dari beras medium, diklasifikasikan berdasarkan ukuran butir dan mutu, dengan varietas seperti IR64 yang populer di Indonesia. Standar kualitasnya mencakup karakteristik fisik seperti ukuran dan bentuk butir, serta kriteria teknis seperti kadar air maksimal 14%, butir patah 5-10%, menir 0-1% dan derajat sosoh 95% (Ade, 2007; Mufidah, 2017). BULOG

mendistribusikan berbagai varietas beras premium melalui jaringan Rumah Pangan Kita (RPK) di Semarang.

B. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dalam pembelian beras mencakup pencarian informasi, penentuan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan promosi berperan penting dalam keputusan pembelian ini (Anang et al., 2011). Selain itu, kepuasan konsumen terhadap produk sangat memengaruhi kemungkinan pembelian ulang. Hal ini menuntut produsen untuk menyediakan beras yang sesuai dengan harapan konsumen, terutama dalam hal kualitas dan harga (Permatasari et al., 2022).

C. Teori Permintaan

Teori permintaan menggambarkan bahwa keinginan konsumen untuk membeli barang dipengaruhi oleh harga dan kondisi pasar. Permintaan dan penawaran di pasar menentukan jumlah barang yang dijual dan harga barang tersebut (Lola, 2023). Faktor utama yang mempengaruhi permintaan termasuk harga barang itu sendiri dan harga barang pengganti atau substitusi. Hukum permintaan menyatakan bahwa harga yang lebih rendah cenderung meningkatkan permintaan suatu barang (Suhardi, 2016). Selain itu, faktor seperti jumlah anggota keluarga dan pendapatan konsumen juga berperan penting dalam menentukan jumlah dan jenis barang yang dibutuhkan oleh sebuah keluarga atau individu.

D. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor kunci dalam memengaruhi preferensi konsumen dan pertumbuhan pasar. Produk yang berkualitas tinggi dapat memenuhi harapan konsumen dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih

besar (Norazmira, 2021). Pentingnya kualitas produk tercermin dalam lima tingkatan evaluasi kualitas produk menurut Kotler (2012), yaitu manfaat inti, produk dasar, produk yang diharapkan, manfaat tambahan produk, dan potensi produk. Evaluasi kualitas juga mencakup aspek-aspek seperti kebersihan, aroma, rasa, tampilan, kemasan, dan merek.

E. Promosi

Promosi adalah strategi pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dan mendorong mereka untuk membeli. Ini melibatkan metode seperti periklanan, public relations, dan tenaga penjualan (Ningsih & Maika, 2020). Dalam pemasaran, promosi memiliki peran penting dalam memberikan informasi produk kepada konsumen, membujuk mereka untuk membeli, dan mengingatkan mereka tentang produk tersebut (Hasbi et al., 2021).

F. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah hasil dari pertimbangan individu dalam memilih dan membeli produk. Prosesnya melibatkan pemahaman masalah, pencarian informasi, evaluasi produk, tindakan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian (Ferawati et al., 2019). Konsumen membuat keputusan berdasarkan kebutuhan, manfaat produk, dan kemungkinan pembelian ulang (Anwar & Satrio, 2015). Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional, serta dibagi menjadi konsumen individual dan konsumen organisasional. Konsumen individual untuk memenuhi kebutuhan untuk dirinya sendiri sedangkan konsumen organisasional untuk meningkatkan kesejahteraan Bersama (Budiwati, 2012).

dan menyediakan akses masyarakat terhadap produk pangan berkualitas dengan harga terjangkau. Kota Semarang, terdapat sekitar 134 unit RPK yang menawarkan berbagai produk pangan, termasuk beras premium Bulog. Alasan konsumen memilih RPK mencakup faktor ekonomi dan kualitas produk. Keunikan RPK terletak pada ketersediaan eksklusif beras premium Bulog, yang jarang ditemukan di swalayan biasa, menawarkan kualitas, kesehatan, dan keberlanjutan gizi yang tinggi bagi keluarga.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden secara umum berisikan hasil deskripsi dari konsumen beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa konsumen beras premium BULOG sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 74% dari total seluruh responden dan 26% sisanya adalah laki-laki. Perempuan memiliki peran signifikan mereka dalam pengambilan keputusan pembelian untuk kebutuhan rumah tangga sesuai dengan pendapatan Hasan *et al.* (2022) dan Nugroho (2020). Mayoritas konsumen berada di kelompok usia produktif (30-40 tahun) yang menurut penelitian Putong *et al.* (2020) mencerminkan kemampuan menyerap informasi tentang pilihan produk yang lebih baik.

Tingkat pendidikan responden di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota

Semarang didominasi responden adalah lulusan SMA (38%) atau sebanyak 38 orang dan Sarjana (24%) atau sebanyak 24 orang, menunjukkan keterkaitan antara pendidikan dengan keputusan pembelian yang lebih rasional dan kritis, sesuai dengan pandangan Widodo (2016) dan Sumarwan (2013). Latar belakang pekerjaan responden didominasi oleh Wiraswasta sebanyak 34%, diikuti dengan Ibu Rumah Tangga (IRT) 31% artinya pekerjaan berperan penting dalam menentukan pendapatan yang akan berdampak pada keputusan dan pola konsumsi Rizal (2022). Mayoritas responden memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 53% atau 53 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Beras Premium BULOG di RPK Kota Semarang mayoritas berpendapatan sedang dan tingkat pendapatan berperan penting dalam menentukan konsumsi pangan, terutama untuk beras premium yang harganya lebih tinggi dibandingkan beras biasa. Rahmi *et al.* (2019) menegaskan bahwa pendapatan memengaruhi tingkat konsumsi beras, dengan pembagian konsumen berdasarkan pendapatan: menengah ke bawah dan menengah ke atas.

Perilaku Pembelian Konsumen Beras Premium di Rumah Pangan Kita Kota Semarang

Perilaku Pembelian konsumen beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita Kota Semarang meliputi sumber informasi produk dan frekuensi pembelian yang tertera pada

Tabel 1 Perilaku Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi Produk

Kategori	Jumlah	Presentasee
Informasi	---orang---	---%---
Instagram	5	5
Facebook	0	0
Whatsapp	1	1
WOM	36	36
Lainnya	58	58

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan hasil penelitian yang terangkum dalam Tabel 1. perilaku konsumen dalam pembelian beras premium Bulog di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang menggambarkan preferensi yang bervariasi. Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (58%) mendapatkan informasi tentang beras premium Bulog dari sumber-sumber lain seperti RPK atau penjual itu sendiri, yang sering menyediakan informasi langsung saat konsumen berkunjung. Selain itu, 36% responden mendapatkan informasi

melalui word of mouth, 5% dari media sosial Instagram, dan 1% melalui WhatsApp. Sumber informasi ini penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen, yang mencari produk secara mandiri atau melalui rekomendasi dari kerabat dan teman. Faktor lain yang menarik harga beras premium yang kompetitif juga memainkan peran penting, seperti yang dijelaskan oleh Jaenudin et al. (2022), bahwa sumber informasi produk sangat bervariasi berdasarkan kategori produk dan karakteristik pembeli.

Tabel 2. Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah	Presentase
---kali/bulan---	---Orang---	---%---
1-3	72	72
4-5	19	19
5-6	3	3
>7	6	6

Sumber : Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa 72% responden membeli beras premium Bulog 1-3 kali dalam sebulan, 19% membelinya 4-5 kali, 3% 5-7 kali, dan 6% lebih dari 7 kali. Variasi frekuensi pembelian ini terutama dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga, dengan keluarga yang lebih besar memiliki kebutuhan beras yang lebih tinggi dan oleh karena itu lebih sering melakukan pembelian. Ashari dan Syamsir (2023) mendukung pandangan ini, menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga berbanding lurus dengan kebutuhan konsumsi. Oleh karena itu, analisis perilaku konsumen di RPK menunjukkan bahwa informasi produk dan kebutuhan keluarga merupakan faktor penting dalam menentukan frekuensi dan motivasi pembelian beras premium BULOG

Deskripsi Data

Penelitian ini mengumpulkan data dari 100 konsumen Rumah Pangan Kita

(RPK) Kota Semarang yang membeli beras premium BULOG melalui kuesioner. Variabel independen yang diteliti meliputi kualitas produk (X1), harga beras premium (X2), harga beras substitusi (X3), pendapatan (X4), jumlah anggota keluarga (X5), dan promosi (X6), dengan keputusan pembelian beras premium BULOG (Y) sebagai variabel dependen. Analisis dilakukan menggunakan skala Likert 1-5, dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan rata-rata jawaban responden. Jawaban responden berdasarkan jumlah rata-rata dapat dikategorikan sebagai berikut ini:
 Sangat Tidak Setuju (STS) = 99 – 179
 Tidak Setuju (TS) = 180 – 259
 Cukup Setuju (CS) = 260 – 339
 Setuju (S) = 340 – 419
 Sangat Setuju (SS) = 420 – 500
 (Suci et al., 2014)

Metode

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2023 di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang. Penelitian dilakukan di 3 Rumah Pangan Kita (RPK), yaitu RPK Life by Grace, RPK Aniek Falah dan RPK Sofiyah, yang ditentukan berdasarkan menjual beras premium secara kontinyu sehingga diharapkan dari lokasi tersebut dapat menggambarkan konsumen beras premium BULOG di Kota Semarang. Metode penelitian adalah survey dengan bantuan kuesioner yang dirancang untuk menggali informasi terkait variabel penelitian seperti kualitas produk, harga beras premium, harga beras substitusi, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan promosi. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive sampling jumlah Rumah Pangan Kita (RPK) di Kota Semarang terdapat 134, RPK Life By Grace, RPK Sofiyah, dan RPK Toko Aniek Falah terpilih karena penjualan rutin mereka dan interaksi erat dengan konsumen, memberikan wawasan langsung terhadap tren pembelian. Pengambilan sampel responden dilakukan dengan metode *quota sampling*, dimana ditetapkan kuota sampel sebanyak 100 responden dari populasi ditargetkan. Kriteria khusus yang ditetapkan kepada konsumen beras premium BULOG sebagai calon responden meliputi konsumen yang sedang melakukan pembelian beras premium BULOG atau pernah membeli beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang. Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder.

Analisis data akan dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS Versi 27. Metode deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan

pembelian beras premium BULOG, sedangkan kuantitatif menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen baik secara simultan maupun parsial terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian beras premium. Adapun model regresi linear berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + e \dots \dots \dots (9)$$

Keterangan :

- Y =Variabel terikat (dependent/ keputusan pembelian)
- X1 = Kualitas Produk
- X2 = Harga beras premium BULOG
- X3 = Harga beras substitusi
- X4 = Pendapatan
- X5 = Jumlah anggota keluarga
- X6 = Promosi
- a = Nilai konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = error term

(Kabeakan, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Kota Semarang

Kota Semarang, terletak di antara 6°50' - 7°10' Lintang Selatan dan 109°35' - 110°50' Bujur Timur, merupakan pusat perekonomian dan pemerintahan Provinsi Jawa Tengah. Dengan wilayah yang beragam, dari pantai Laut Jawa hingga ketinggian 348 meter, Semarang menyebar luas sepanjang 373,78 km², mencakup 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Populasi kota ini pada tahun 2022 tercatat sebesar 1.659.975 jiwa, dengan pengeluaran per kapita rata-rata 1,9 juta per bulan, menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang signifikan, terutama dalam konsumsi makanan dan minuman.

Keadaan Umum Rumah Pangan Kita (RPK)

Rumah Pangan Kita (RPK) yang didirikan oleh Perum BULOG pada 2016, bertujuan untuk stabilisasi harga pangan

Tabel 3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		STS	TS	CS	S	SS	
1.	Berwarna putih bersih	0	0	13	54	33	420
2.	Terbebas dari kutu beras	0	0	12	51	37	425
3.	Rasa enak dan pulen	0	0	11	48	41	430
4.	Memiliki Aroma tidak bau apek	0	0	6	56	38	432
5.	Minim butir patahan.	0	1	14	49	36	420
6.	Tidak terdapat kotoran seperti kerikil	0	0	15	48	37	422
7.	Kemasan unik dan menarik	0	0	9	50	41	432
Jumlah							2981
Rata-rata							425,8

Berdasarkan Tabel 3. Menunjukkan jumlah skor rata-rata variabel kualitas produk adalah sebesar 425,8 artinya responden sangat setuju bahwa kualitas produk beras premium BULOG telah sesuai dengan harapan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa dari segi keseluruhan warna beras, kebersihan, rasa, butir patahan yang sedikit, dan tampilan kemasan menarik yang telah

diberikan produk beras premium BULOG telah sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2012) yang menyatakan bahwa kualitas yang sangat baik dapat membangun kepercayaan konsumen sehingga menjadi penunjang kepuasan konsumen, artinya produk memberikan kemampuan dalam kinerja dan fungsinya.

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Beras Premium BULOG

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		STS	TS	CS	S	SS	
1.	Harga beras premium BULOG terjangkau	0	4	23	49	24	393
2.	Beras premium BULOG lebih mahal dibanding merek lainnya.	11	44	41	2	2	240
3.	Harga mampu bersaing dipasaran	0	0	12	67	21	409
4.	Harga sesuai dengan kualitas	0	0	9	67	24	415
5.	Harga sesuai dengan kegunaannya	0	0	12	61	27	415
6.	Harga sesuai dengan kebutuhan konsumen	0	1	12	61	24	402
Jumlah							2274
Rata-rata							379

Berdasarkan Tabel 4. Menunjukkan jumlah skor rata-rata variabel harga beras premium BULOG adalah sebesar 379

artinya responden setuju bahwa harga beras premium BULOG telah sesuai dengan harapan konsumen seperti

keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian kegunaan dan kesesuaian kebutuhan konsumen. Hal ini mendorong konsumen untuk membeli beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (Kota Semarang) karena harganya cukup rendah dibandingkan dengan toko lain atau supermarket. Harga beras premium

BULOG di RPK Kota Semarang pada akhir tahun 2023 adalah Rp. 69.500/5kg, Hal ini sesuai dengan pendapat Moerdiyanto (2009) dalam strategi pemasaran, harga ditentukan dengan cara mempertimbangkan kesanggupan pelanggan, harga produk bersaing dan biaya produksi.

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Beras Substitusi

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		STS	TS	CS	S	SS	
1.	Beras substitusi lebih ekonomis.	0	35	48	12	5	287
2.	Kualitas rasa menentukan pilihan beras BULOG.	0	14	22	49	15	365
3.	Kesetiaan pada beras BULOG meski ada opsi lebih murah.	0	6	26	55	13	375
4.	Perbandingan harga beras premium dan substitusi	0	4	24	56	16	384
5.	Pencarian alternatif saat harga naik.	0	12	36	37	15	355
Jumlah						1766	
Rata-rata						353,2	

Tabel 5. menunjukkan bahwa skor rata-rata 353,2 untuk variabel harga beras substitusi, menandakan responden menilai beras substitusi secara ekonomis memuaskan, mencerminkan penerimaan mereka terhadap alternatif beras, perbandingan harga, loyalitas terhadap beras premium, dan kesediaan membayar lebih untuk kualitas. Hal ini menunjukkan beras substitusi sebagai pilihan ekonomis yang menarik, menggabungkan kualitas dengan harga

bersaing, sesuai dengan konsep efek substitusi yang dijelaskan oleh Rahardja dan Mandala (2004), dimana konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan nilai ekonomis terbaik, khususnya dalam kondisi ekonomi yang menantang. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen untuk mendorong perilaku pembelian, memosisikan beras substitusi sebagai alternatif yang kompetitif.

Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Pendapatan mempengaruhi pembelian.	4	45	20	29	2	280
2.	Pendapatan berpengaruh terhadap frekuensi	3	37	31	29	0	286
3.	Pendapatan naik kualitas meningkat	6	53	24	17	0	252
4.	Pendapatan rendah sensitivitas pada harga	2	49	29	20	0	267
5.	Preferensi berdasarkan pendapatan.	8	8	27	9	0	237
6.	Pilihan beras tergantung jumlah keluarga	14	49	24	13	0	236
Jumlah							1558
Rata-rata							259,66

Tabel 6 menunjukkan bahwa skor rata-rata pendapatan 259,66 artinya kesesuaian pendapatan dengan preferensi konsumen terhadap beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang. Analisis data mengindikasikan bahwa pendapatan berperan penting dalam keputusan pembelian, dengan kecenderungan memilih beras premium BULOG saat pendapatan tinggi dan penekanan pada kualitas bersama kenaikan pendapatan. Di sisi lain, ketika pendapatan menurun, harga menjadi faktor dominan dalam pemilihan beras, menunjukkan hubungan

yang erat antara pendapatan dan preferensi pembelian beras. Skor tinggi terkait perubahan preferensi berdasarkan pendapatan dan pengaruh jumlah tanggungan keluarga menekankan interaksi antara dinamika keluarga dan situasi ekonomi terhadap keputusan konsumsi beras. Hasil ini menegaskan bahwa konsumen menyesuaikan antara harga dan kualitas beras berdasarkan situasi finansial mereka, dengan pertimbangan nilai gizi dan kepuasan keluarga saat kondisi ekonomi memungkinkan.

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jumlah Anggota Keluarga

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		STS	TS	CS	S	SS	
1.	Pembelian berdasar jumlah keluarga.	1	32	20	34	13	326
2.	BULOG ekonomis keluarga besar.	0	1	24	59	16	390
3.	Pertimbangan gizi BULOG.	0	4	33	50	13	372
4.	Kualitas disukai keluarga.	0	0	28	56	16	388
5.	Pembelian berkala kebutuhan.	2	44	27	19	8	287
Jumlah							1763
Rata-rata							352,6

Tabel 7. menunjukkan skor rata-rata 352,6 terkait jumlah anggota keluarga, menunjukkan kesesuaian antara jumlah anggota keluarga dan preferensi konsumsi beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang. Skor tinggi pada faktor ekonomi (390), pertimbangan gizi (372), dan kepuasan seluruh anggota keluarga (388) terhadap produk BULOG menegaskan bahwa beras BULOG dipilih karena memenuhi kebutuhan ekonomi, gizi, dan kualitas untuk keluarga besar, menjadikannya pilihan ideal untuk kebutuhan sehari-hari. Kecenderungan

pembelian beras berdasarkan jumlah anggota keluarga (326) dan adaptasi pembelian sesuai kebutuhan (287) mengindikasikan strategi konsumen dalam mengatur konsumsi beras, menyesuaikan dengan kebutuhan nutrisi dan preferensi keluarga. Data ini menyoroti peran produk BULOG dalam menyediakan solusi ekonomis yang memenuhi standar gizi dan kualitas untuk keluarga besar, memperkuat posisinya sebagai penyedia beras yang responsif terhadap kebutuhan beragam konsumen.

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		STS	TS	CS	S	SS	
1.	Pengaruh orang-orang sekitar	0	11	33	48	8	353
2.	Informasi menarik minat.	0	0	10	59	31	421
3.	Program RPK buat lebih tertarik	4	12	43	34	7	328
4.	Promosi pengaruhi pilihan.	0	17	36	34	13	343
5.	Diskon meningkatkan kepuasan.	1	1	11	58	29	413
Jumlah							1858
Rata-rata							371,6

Tabel 8. menunjukkan skor rata-rata 371,6 pada variabel promosi, artinya promosi signifikan mempengaruhi minat dan keputusan pembelian konsumen. Skor tinggi pada efektivitas informasi menarik (421) dan diskon (413) dalam meningkatkan minat dan kepuasan pembelian menegaskan peranan krusial promosi dalam menarik konsumen. Meskipun pengaruh sosial dan program

Rumah Pangan Kita (RPK) memberikan dampak positif, intensitasnya berbeda, menandakan pentingnya strategi promosi yang meliputi pemasaran dari mulut ke mulut, informasi produk yang menarik, program khusus, dan penawaran diskon dalam meningkatkan minat dan kepuasan konsumen terhadap produk.

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		STS	TS	CS	S	SS	
1.	Keinginan beli karena kualitas tinggi.	0	3	13	53	31	412
2.	Informasi produk mempengaruhi minat beli	0	4	19	54	23	396
3.	Pembelian sesuai kebutuhan.	0	0	9	58	33	424
4.	Merekomendasikan karena puas.	0	8	20	33	39	403
5.	Produk lebih unggul dari beras lainnya	0	1	22	49	28	404
6.	Melakukan pembelian berulang	0	10	26	36	28	382
7.	Melakukan pembelian berkala rutin.	1	10	38	29	22	361
8.	Merasa tepat dengan membeli beras premium BULOG	0	1	9	56	34	423
9.	Nilai tambah hidangan.	0	1	16	55	28	410
10.	Pilihan untuk acara istimewa.	4	35	19	24	18	317
Jumlah							3932
Rata-rata							393,2

Tabel 9. menunjukkan skor rata-rata 393,2 pada variabel keputusan pembelian, menandakan faktor seperti kualitas tinggi, informasi produk, dan kebutuhan spesifik sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan (424) dan preferensi terhadap kualitas beras premium BULOG (412) menunjukkan kepercayaan konsumen pada nilai dan kualitas produk. Tingginya skor pada kecenderungan merekomendasikan produk (403) dan persepsi keunggulan produk (404) menegaskan kepuasan konsumen dan efektivitas BULOG dalam memenuhi ekspektasi. Pembelian berulang (382) dan rutin (361), serta

pilihan beras premium BULOG untuk acara istimewa (317), mencerminkan kepercayaan dan loyalitas terhadap merek.

Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Pada penelitian ini dilakukan beberapa uji untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji analisis regresi linear berganda. Variabel terikat dalam analisis ini adalah keputusan pembelian dengan kriteria yang ditentukan yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (cukup setuju), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju).

Uji Validitas

Tabel 10. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Sig.	keterangan
Kualitas produk	X1.1	0.316	0.715	<0.001	Valid
	X1.2	0.316	0.808	<0.001	Valid
	X1.3	0.316	0.736	<0.001	Valid
	X1.4	0.316	0.873	<0.001	Valid
	X1.5	0.316	0.852	<0.001	Valid
	X1.6	0.316	0.876	<0.001	Valid
	X1.7	0.316	0.787	<0.001	Valid
Harga beras premium	X2.1	0.316	0.689	<0.001	Valid
	X2.2	0.316	0.536	0.002	Valid
	X2.3	0.316	0.626	<0.001	Valid
	X2.4	0.316	0.754	<0.001	Valid
	X2.5	0.316	0.762	<0.001	Valid
	X2.6	0.316	0.888	<0.001	Valid
Harga beras substitusi terdekat	X3.1	0.316	0.709	<0.001	Valid
	X3.2	0.316	0.507	0.004	Valid
	X3.3	0.316	0.640	<0.001	Valid
	X3.4	0.316	0.483	<0.001	Valid
	X3.5	0.316	0.582	<0.001	Valid
Pendapatan	X4.1	0.316	0.807	<0.001	Valid
	X4.2	0.316	0.783	<0.001	Valid
	X4.3	0.316	0.699	<0.001	Valid
	X4.4	0.316	0.708	<0.001	Valid
	X4.5	0.316	0.756	<0.001	Valid
	X4.6	0.316	0.690	<0.001	Valid
Jumlah Anggota Keluarga	X5.1	0.316	0.873	<0.001	Valid
	X5.2	0.316	0.834	<0.001	Valid
	X5.3	0.316	0.774	<0.001	Valid
	X5.4	0.316	0.832	<0.001	Valid
	X5.5	0.316	0.715	<0.001	Valid
Promosi	X5.1	0.316	0.873	<0.001	Valid
	X6.1	0.316	0.767	<0.001	Valid
	X6.2	0.316	0.832	<0.001	Valid
	X6.3	0.316	0.580	<0.001	Valid
	X6.4	0.316	0.891	<0.001	Valid
	X6.5	0.316	0.690	<0.001	Valid

Berdasarkan Tabel 10 Hasil perhitungan uji validitas kualitas produk (X1) diatas dapat disimpulkan bahwa total dari hasil 35 pertanyaan telah memenuhi syarat dengan nilai *pearson correlation* (r hitung) yaitu : $dF : (N-2) = (30-2) = 28$,

maka nilai r tabel sebesar 0.361 artinya karena hasil dari r hitung > r tabel dan nilai signifikansi <0.05. dapat disimpulkan pertanyaan tersebut dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0.908	0.6	Reliabel
Harga Beras Premium	0.740	0.6	Reliabel
Harga Beras Substitusi terdekat	0.632	0.6	Reliabel
Pendapatan	0.832	0.6	Reliabel
Jumlah Anggota Keluarga	0.860	0.6	Reliabel
Promosi	0.763	0.6	Reliabel

Berdasarkan Tabel 13 hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi ditandai dengan nilai Cronbach Alpha untuk setiap variabel yang melebihi 0.05. kualitas produk 0.908, harga beras premium 0.740, harga beras substitusi terdekat 0.632, pendapatan 0.831, jumlah anggota keluarga 0.860 dan promosi 0.763. penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel terbukti reliabel.

anggota keluarga nilai tolerance 0.482, dan promosi 0.566. variabel menunjukkan nilai tolerance > 0,10 sehingga dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance Value (TOL) dan Variance Inflation Factor (VIF) pada data, jika nilai TOL > 0,10 atau nilai VIF < 10,00, maka tidak terjadi multikolinearitas sedangkan nilai TOL < 0,10 atau nilai VIF > 10,00, maka terjadi multikonearitas lainnya (Sari, 2014).

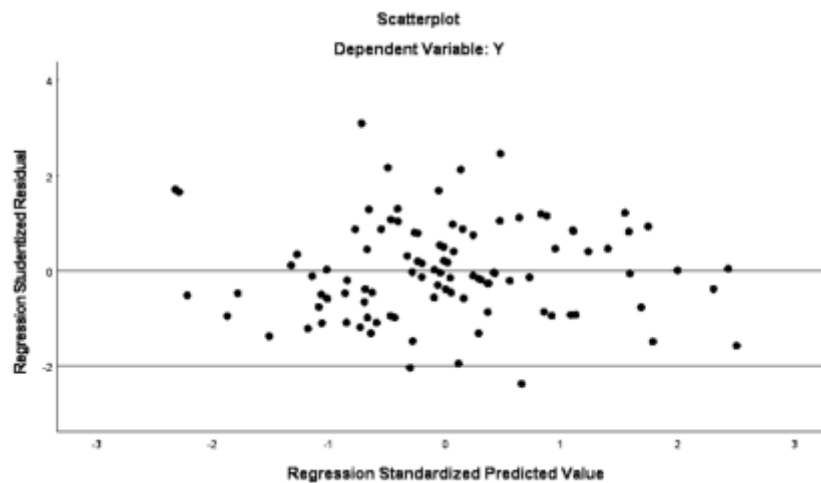
Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance Value* (TOL) kualitas produk sebesar 0,675, harga beras premium sebesar 0.577, harga beras substitusi sebesar 0.864, pendapatan nilai tolerance 0.744, jumlah

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan hasil uji heterokedastisitas pada gambar 1. variance tidak ditemukan pola tertentu atau teratur pada grafik *scatterplot* didaerah positif dan negatif pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar grafik *scatterplot* dalam uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas Namira *et al.*, (2017).

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan model *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi atau *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari α 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal atau asumsi normalitas terpenuhi.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Variabel penelitian yang digunakan untuk membahas factor-faktor yang mempengaruhi pembelian beras organic diantaranya adalah Kualitas Produk (X1) Harga beras premium (X2) Harga beras substitusi (X3) Pendapatan (X4) Jumlah anggota keluarga (X5) dan Promosi (X6) Variable-variabel ini akan diuji dengan analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variable-variabel tersebut terhadap pembelian beras premium BULOG. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selanjutnya dijelaskan pada Tabel berikut ini

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig.
Konstanta (a)	-8.600	-1.520	0.132
Kualitas produk (X1)	0.031	0.268	0.789
Harga Beras Premium (X2)	0.747	4.317	<0.001
Harga Beras Substitusi terdekat (X3)	0.374	2.447	0.016
Pendapatan (X4)	0.223	2.170	0.033
Jumlah Anggota Keluarga (X5)	0.786	4.507	<0.001
Promosi(X6)	0.342	1.682	0.096
		Nilai	Sig.
F		24.399	<0.001 ^b
<i>Adjusted R Square</i>		0.612	

Berdasarkan Tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa signifikansi yang nilainya dibawah 0.05 adalah Harga beras premium (X2) sebesar <0.001, harga beras substitusi terdekat (X3) sebesar 0.016, pendapatan (X4) sebesar 0.033, dan jumlah anggota keluarga (X5) sebesar <0.001. Artinya variabel Harga beras premium, harga beras substitusi, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras premium BULOG.

Model persamaan regresi linear berganda dituliskan dari hasil penelitian sebagai berikut:

$$Y = -8.600 + 0.031 X_1 + 0.747 X_2 + 0.374 X_3 + 0.223 X_4 + 0.786 X_5 + 0.342 X_6$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa hasil yang diperoleh dengan variabel keputusan pembelian beras premium BULOG (Y), maka diperoleh nilai constanta negatif -8.600, variabel kualitas produk (X1) bernilai positif tidak signifikan 0.031, variabel harga beras premium (X2) bernilai positif signifikan 0.747, variabel harga beras substitusi terdekat (X3) bernilai positif signifikan 0.374, variabel pendapatan (X4) bernilai positif signifikan 0,223, variabel jumlah anggota keluarga (X5) bernilai positif signifikan 0.786 dan variabel promosi (X6) bernilai positif tidak signifikan 0.342. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi secara parsial tidak mempengaruhi konsumen beras premium dalam membeli, namun apabila digabungkan dengan variabel harga beras premium, harga beras substitusi, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga secara simultan, berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis data di dapatkan hasil untuk uji koefisien

determinasi dengan melihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,612 artinya menunjukkan nilai 61,2% keputusan pembelian beras premium BULOG dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga beras premium, harga beras substitusi terdekat, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan promosi sedangkan sisanya yaitu 38,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Uji F (Serempak)

Hasil uji F (serempak) menunjukkan nilai F hitung > F tabel yaitu $24.399 > 2,19$ dan nilai signifikansi sebesar <0,001 lebih kecil dari 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk, harga beras premium, harga beras substitusi terdekat, pendapatan, jumlah anggota keluarga, promosi terhadap keputusan pembelian.

Uji T (Parsial)

Uji statistik T adalah pengujian yang bertujuan mengetahui adanya pengaruh dari variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan menggunakan 100 responden serta 6 variabel bebas dan 1 variabel terikat memiliki nilai derajat kebebasan atau degree of freedom (df) sebesar 93 menunjukkan nilai ttabel yaitu 1.985.

Kualitas Produk

Berdasarkan uji T untuk variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai t tabel > t hitung yaitu $1.985 > 0.268$ dan nilai signifikansi sebesar $0.789 > 0.05$. Artinya bahwa t tabel lebih dari t hitung dan nilai signifikansi lebih dari 0.05 yang artinya bahwa Ha ditolak dan Ho diterima. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian. Hal ini

dikarenakan merek Bulog sendiri telah membangun kepercayaan konsumen, dimana kepercayaan pada merek sering dianggap sebagai jaminan kualitas. Konsumen sudah memiliki persepsi yang cukup positif terhadap kualitas beras premium BULOG, sehingga peningkatan lebih lanjut dalam kualitas tidak memberikan dampak yang cukup besar untuk mengubah keputusan pembelian mereka. Selain itu, rendahnya elastisitas permintaan terhadap kualitas menunjukkan bahwa perubahan kualitas, baik meningkat maupun menurun, tidak terlalu mempengaruhi volume pembelian. Perilaku loyal konsumen terhadap beras premium Bulog menunjukkan kecenderungan mereka untuk memprioritaskan faktor lain seperti harga atau pendapatan dalam keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian Suryana et al. (2021) yang menemukan kualitas produk beras hitam tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga Beras Premium

Berdasarkan uji T untuk variabel harga beras premium (X2) diperoleh nilai t tabel $< t$ hitung yaitu $1.985 < 2.447$ dan nilai signifikansi sebesar $0.016 < 0.05$. Artinya bahwa t tabel kurang dari t hitung dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yang artinya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa

Harga Beras Substitusi

Berdasarkan uji T untuk variabel harga beras substitusi (X3) diperoleh nilai t tabel $< t$ hitung yaitu $1.985 < 2.447$ dan nilai signifikansi sebesar $0.016 < 0.05$. Artinya bahwa t tabel kurang dari t hitung dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yang artinya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa

variabel harga beras substitusi terdekat berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga beras substitusi memegang peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung beralih ke beras substitusi terutama ketika stok beras premium habis atau dalam keterbatasan ekonomi. Keterjangkauan harga beras substitusi dan perbandingan harga sebelum pembelian menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian ini. Pilihan ini sering kali dipengaruhi oleh ketersediaan alternatif yang menawarkan kualitas setara atau lebih baik dengan harga yang lebih ekonomis. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulistyana et al. (2014), yang menunjukkan bahwa harga beras organik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kota Yogyakarta, menggambarkan pentingnya harga sebagai faktor dalam pilihan konsumen terhadap beras substitusi.

Pendapatan

Berdasarkan uji T untuk variabel pendapatan (X4) diperoleh nilai t tabel $< t$ hitung yaitu $1.985 < 2.170$ dan nilai signifikansi sebesar $0.033 < 0.05$. Artinya bahwa t tabel kurang dari t hitung dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yang artinya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin tinggi pendapatan konsumen, maka keputusan pembelian beras premium akan semakin meningkat, sebaliknya, semakin rendah pendapatan konsumen maka akan semakin rendah keputusan pembelian beras premium. Hal ini sesuai dengan pendapat Kusuma dan Suniantara (2022), yang menunjukkan bahwa konsumen berpenghasilan tinggi

cenderung memilih produk berkualitas atau mewah, serta penelitian Ikka *et al.* (2022), yang menemukan bahwa pendapatan memengaruhi signifikan pembelian beras premium di Toko Agen Beras Pak Muji. Artinya, perubahan pendapatan mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan uji T untuk variabel jumlah anggota keluarga (X5) diperoleh nilai t tabel $< t$ hitung yaitu $1.985 < 4.507$ dan nilai signifikansi sebesar $< 0.001 < 0.05$. Artinya bahwa t tabel kurang dari t hitung dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yang artinya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keluarga dengan lebih banyak anggota cenderung memiliki kebutuhan konsumsi beras yang lebih tinggi, mempengaruhi volume pembelian mereka. Preferensi dan kebutuhan nutrisi yang beragam dalam keluarga besar sering mempengaruhi pilihan produk dan kuantitas pembelian. Penelitian Mamilianti (2020) juga mendukung penelitian ini, menunjukkan pengaruh signifikan jumlah anggota keluarga terhadap pembelian beras premium. Ini menegaskan bahwa ukuran keluarga adalah faktor penting dalam keputusan pembelian produk pangan.

Promosi

Berdasarkan uji T untuk variabel promosi (X6) diperoleh nilai bahwa t tabel $> t$ hitung yaitu $1.985 > 1.682$ dan nilai signifikansi sebesar $0.096 > 0.05$. Artinya bahwa t tabel lebih dari t hitung dan nilai signifikansi lebih dari 0.05 yang artinya bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian. Konsumen

cenderung tetap memilih beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita, baik ada promosi atau tidak, karena preferensi mereka terhadap merek atau kualitas produk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Trihaksami (2018), yang juga menemukan bahwa promosi tidak memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian beras di pasar tradisional. Ini menunjukkan bahwa faktor lain seperti merek, kualitas, dan kebiasaan konsumsi mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian beras premium.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrayini, N. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi dan konsumsi beras di Kabupaten Kotawaringin Barat. *Jurnal Magenta*. 8(2): 59-68.
- Ashari, U., & Syamsir, S. (2023). Perilaku konsumen pada pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo. *Jurnal Agromix*. 14(2): 221-233. <https://doi.org/10.35891/agx.v14i2.3630>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Luas panen dan produksi padi di Indonesia 2022 (Angka Sementara). Jakarta. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/03/a78164ccd3ad09bdc88e70a2/luas-panen-dan-produksi-padi-di-indonesia-2022.html>
- Badan Pusat Statistik. 2017. Kota Semarang dalam Angka 2017. BPS Provinsi Jawa Tengah, Semarang. <https://semarangkota.bps.go.id/publication/2017/08/2/cd4154b3f544577a453a252a/kota-semarang-dalam-angka-2017.html>

- Hasan, I., Rosida, I., & Nurliani, N. (2022). Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian beras berdasarkan kualitas beras medium dan premium pada pasar tradisional di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2): 231-236.
- Ikka, N. D. A., Aditya, D., & Aristanti, N. A. (2022). Pengaruh faktor pendapatan, pendidikan, dan usia terhadap keputusan pembelian beras premium (studi kasus di Toko Agen Beras Pak Muji Desa Ketidur Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto). *Jurnal Agrimas*. 6(1): 34-43.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku konsumen*. Penerbit Widina: Bandung.
- Jaenudin, A., Atmaja, I. S. W., & Amaliyah, M. V. (2022). Analisis deskriptif proses keputusan pembelian, preferensi dan sikap konsumen terhadap beras hitam di Kota Cirebon. *Jurnal Paradigma Agribisnis*. 5(1): 60-68.
- Kabeakan, N. T. M. B. (2019). Deskripsi karakteristik konsumen dan pengaruh faktor internal terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1(1): 227-23.
- Kusuma, T. M., & Suniantara, I. K. P. (2022). Pengaruh pendapatan, social influence, dan kondisi ekonomi makro terhadap keputusan pembelian pada e-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*. 20(1): 31-35.
- Mamilianti, W. (2020). Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Jurnal Agricultural Socio-Economics (JASE)*. 1(1): 1-12.
- Mufidah, R. A., Budiraharjo, K., & Sumarjo, D. (2019). Pengaruh kualitas dan harga terhadap volume penjualan beras premium Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu. *Jurnal Mediagro*, 14(2).
- Namira, Y., Nuhung, I. A., & Najamuddin, M. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi impor beras di Indonesia. *Jurnal Agribusiness*, 11(2): 183-201.
- Nugroho, Y. A. (2020). Analisis preferensi konsumen rumah tangga terhadap susu cair kemasan di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar (Doctoral dissertation, Program Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian).
- Putong, M. A., Kalangi, J. K. J., Massie, M. T., & Lumi, T. F. D. (2020). Pengaruh pendapatan rumahtangga terhadap konsumsi daging broiler di Kelurahan Kleak Kecamatan Malalayang Manado. *Jurnal Zootec*. 40(1): 143-149
- Rahmi, F. D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Beras Rumah Tangga Di Kecamatan

- Rizal, R. H. P., Sofyan, S., & Safrida, S. (2022). Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap beras premium bulog Kota Lhokseumawe di Kecamatan Banda Sakti. *J. Ilmiah Mahasiswa Pertanian*. 7(1): 119-130.
- Sari, R. K. (2014). Analisis impor beras di Indonesia. *Jurnal Economics Development Analysis*. 3(2).
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen edisi revisi. Penerbit Kencana: Jakarta.
- Sulistiyana, P., Mulyo, J. H., & Jamhari, J. (2014). Konsumsi beras organik pada tingkat rumah tangga di Kota Yogyakarta. *Jurnal Agro Ekonomi*. 25(1).
- Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko, K. (2013). Analisis proses keputusan pembelian, persepsi dan sikap konsumen terhadap beras organik di Jabotabek (An analysis of purchasing decision, perceptions and consumer attitudes toward organic rice in Jabodetabek). *Jurnal Pangan*. 22(2): 87-104. <https://doi.org/10.33964/jp.v22i2>.
- Trihaksami, A. M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Magrobis*. 18(1): 1-10.
- Widodo, W., Kamardiani, D. R., & Rahayu, L. (2016). Minat konsumen terhadap beras organik di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. *Jurnal Agraris*. 2(2): 134-142.