

**FAKTOR FAKTOR MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERAS PORANG (*Amorphophallus muelleri*) DI KOTA MEDAN
(Studi Kasus : Brastagi Supermarket, Gatot Subroto)**

SKRIPSI

**OLEH
GELAE PRANATA SARAGIH
208220039**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 3/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)3/9/25

**FAKTOR FAKTOR MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERAS PORANG (*Amorphophallus muelleri*)
(Studi Kasus : Brastagi Supermarket, Gatot Subroto)**

SKRIPSI

OLEH

**GELAE PRANATA SARAGIH
208220039**

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh
Gelar Sjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

OLEH

**GELAE PRANATA SARAGIH
208220039**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 3/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)3/9/25

Judul Skripsi : FAKTOR FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS PORANG
(*Amorphophallus muelleri*)
(Studi Kasus : Brastagi Supermarket, Gatot Subroto)
Nama : Gelael Pranata Saragih
NPM : 208220039
Falkultas : Pertanian

Disetujui oleh
Komisi Pembimbing



Rika Fitri Ilvira, S.TP., M.Sc
Pembimbing

Diketahui oleh :




Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP., M.Si
Dekan Fakultas Pertanian




Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc
Kepala Program Studi Agribisnis

Tanggal Lulus : 24 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagiann tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Februari 2025



Gelael Pranata Saragih
Nim: 208220039

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gelael Pranata Saragih

NIM : 208220039

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Royalti Noneklusif (Non-Exklusif Royalti Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Faktot Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Porang (*Amorphophallus Muelleri*). Studi Kasus: Brastagi Supermarket ,Gatot Subroto)" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat : Medan

Pada Tanggal : Februari 2025

Yang Menyatakan

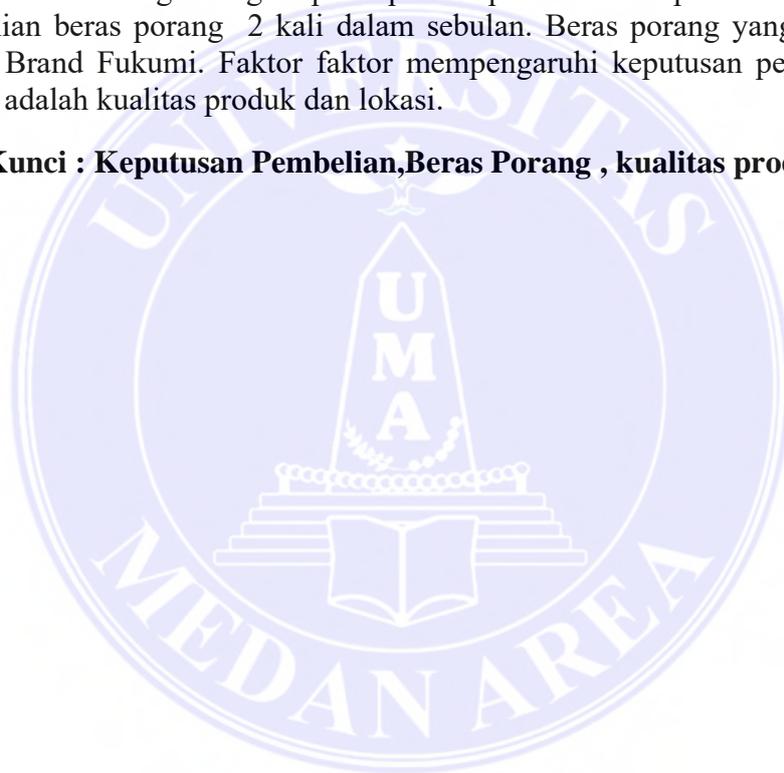


(Gelael Pranata Saragih)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian beras porang dan menganalisis faktor faktor mempengaruhi keputusan pembelian beras porang di Brastagi Supermarket Gatot Subroto. Penelitian ini dilakukan di Brastagi Supermarket pada bulan Oktober-November 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian beras porang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Accidental sampling* Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 40 responden Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kusioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini di dominasi oleh perempuan, mayoritas berusia 50-59 tahun, pekerjaan Pegawai Negeri/BUMN dengan tingkat pendapatan Rp.3.000.000-Rp.3.900.000. Frekuensi pembelian beras porang 2 kali dalam sebulan. Beras porang yang sering dibeli adalah Brand Fukumi. Faktor faktor mempengaruhi keputusan pembelian beras porang adalah kualitas produk dan lokasi.

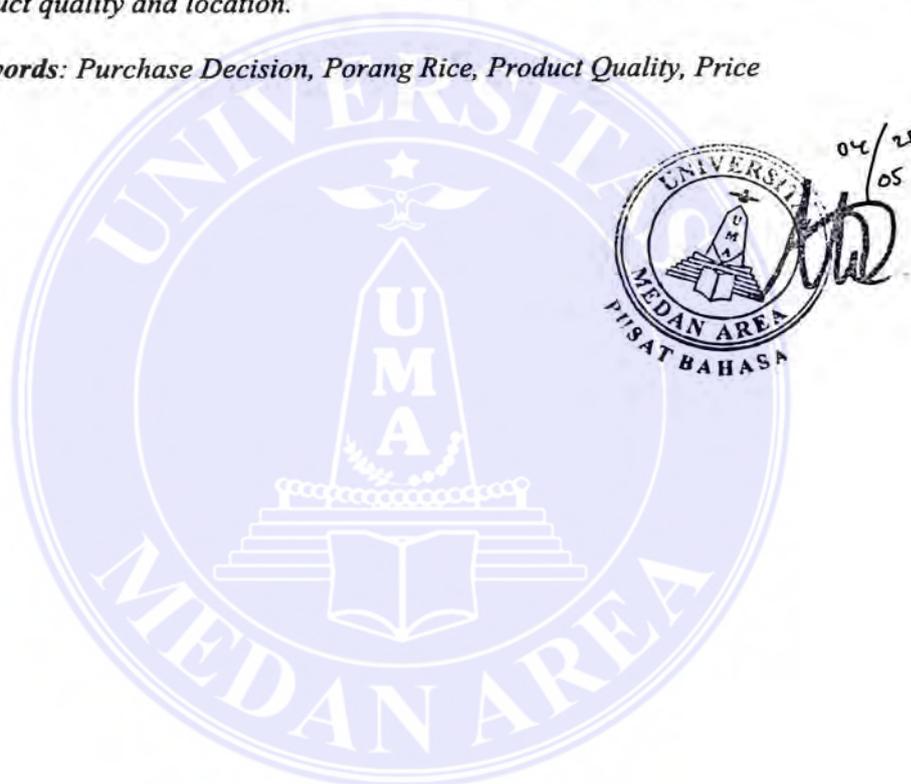
Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Beras Porang , kualitas produk , harga



ABSTRACT

This research aimed to describe the characteristics of consumers who purchased porang rice and analyze the factors influencing the purchasing decisions of porang rice at Brastagi Supermarket Gatot Subroto. The research was conducted at Brastagi Supermarket in October–November 2024. The population consisted of consumers who purchased porang rice. The sampling method used was accidental sampling, with a total of 40 respondents. Data were collected through questionnaires. The analysis method used was multiple linear regression with SPSS 26 software. The results showed that the respondents were mostly female, aged 50–59 years, working as civil servants or employees of state-owned enterprises, with incomes ranging from Rp.3,000,000 to Rp.3,900,000. The purchase frequency of porang rice was twice a month. The most frequently purchased brand was Fukumi. The factors influencing purchasing decisions were product quality and location.

Keywords: *Purchase Decision, Porang Rice, Product Quality, Price*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga dengan segala usaha dan doa penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Porang (*Amorphophallus muelleri*) (Studi Kasus : Brastagi Supermarket, Gatot Subroto)”.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada yang terhormat :

1. Dr, Siswa Panjang Hernosa, S.P, M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc Selaku ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Rika Fitri Ilvira S.TP, M.Sc selaku komisi pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Kedua Orang Tua tercinta atas jerih payah dan doa serta dorongan moril maupun materi kepada penulis.
6. Teman – teman mahasiswa khususnya prodi Agribisnis Stambuk 2020 yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu selama menyusun skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Medan, 21 Februari 2024
Penulis,



Gelael Pranata Saragih
NIM :20822003



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Hipotesis Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Kerangka Pikir	9
II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Tanaman Porang.....	15
2.3 Manfaat Porang	17
2.4 Beras Porang (<i>Amorphophallus muelleri</i>).....	17
2.5 Perilaku Konsumen	18
2.6 Penelitian Terdahulu	22
III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.1 Uji Normalitas.....	32
3.6.2 Uji Multikolinearitas	32
3.7 Uji Hipotesis.....	33
3.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	33
3.7.2 Uji Parsial (Uji-T).....	33
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	34
IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	35
4.1 Letak dan Geografis	35
4.2 Proses Pengambilan Keputusan Kosumen dalam Pembelian Beras Porang Di Kota Medan.....	36

V HASIL DAN PEMBAHASAN	43
5.1 Hasil	43
5.1.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Rehabilitas.....	43
5.1.2 Hasil Uji Rehabilitas	44
5.1.3 Karakteristik Konsumen	45
5.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
5.1.4.1 Uji Normalitas.....	52
5.1.4.2 Uji Multikolinearitas.....	52
5.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	53
5.1.6 Uji Hipotesis	56
5.1.6.1 Uji Simultan (Uji-F).....	56
5.1.6.2 Uji Parsial (Uji-T).....	57
5.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
5.2 Pembahasan.....	59
VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

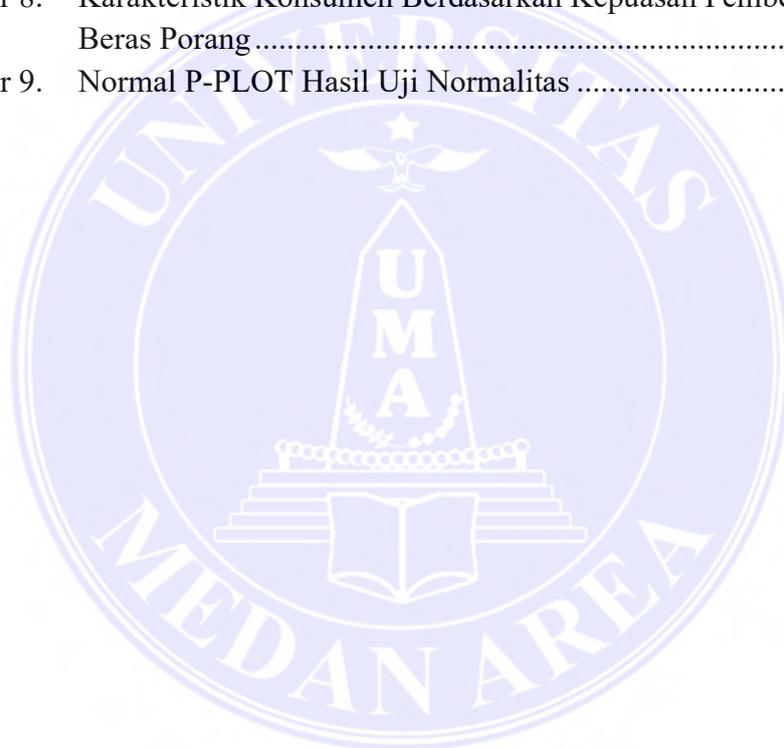


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Luas Produksi Tanaman Porang 2020.....	2
Tabel 2. Volume dan Nilai Ekspor Porang melalui BBKP Belawan Tahun 2020-2019	2
Tabel 3. Perbandingan kandungan gizi beras putih, beras merah, dan beras porang dalam 100 gram takaran saji.	5
Tabel 4. Jumlah Kelurahan, Luas Wilayah dan Lingkungan Kecamatan Medan Petisah	35
Tabel 5. Hasil Deskripsi Pengenalan Masalah/Kebutuhan	36
Tabel 6. Hasil Analisis Pencarian Informasi.....	38
Tabel 7. Analisis Deskripsi Evaluasi Alternatif	39
Tabel 8. Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian	40
Tabel 9. Analisis Deskripsi Pasca Pembelian	41
Tabel 10. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 11. Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 12. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	46
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 14. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 15. Frekuensi Pembelian Beras Porang Per-Bulan.....	47
Tabel 16. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	48
Tabel 17. Hasil Uji Multikoninearitas	53
Tabel 18. Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 19. Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	56
Tabel 20. Uji Parsial (Uji-T)	57
Tabel 21. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Gambar Produk Beras Porang.....	7
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	11
Gambar 3. Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar 4. Tumbuhan Porang (<i>Amorhophallus oncophyllus Prain</i>)	16
Gambar 5. Manfaat Porang.....	17
Gambar 6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Merek.....	49
Gambar 7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Informasi Beras Porang	50
Gambar 8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kepuasan Pembelian Beras Porang	51
Gambar 9. Normal P-PLOT Hasil Uji Normalitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden	72
Lampiran 3. Hasil Persentae Karakteristik Konsumen	74
Lampiran 4. Skor Data Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	76
Lampiran 5. Surat selesai Riset.....	77
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.....	79



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak sumber daya alam dan lahan untuk pertanian. Indonesia merupakan negara agraris karena lahan pertanian cocok untuk ditanami segala jenis tanaman dan dengan duanya musim hujan dan kemarau di Indonesia, tanahnya subur dan memungkinkan mata pencaharian, Sebagai petani bagi masyarakatnya. Hasil pertanian dan perkebunan Indonesia sangat kaya dan diincar dengan banyak negara, jadi banyak negara ingin menguasai perdagangan Indonesia. Nama latin umbi porang adalah *Amorphophallus muelleri*. Umbi porang, Tidak banyak orang di dalam negeri yang menggunakannya atau mengubahnya menjadi makanan, meskipun sekarang banyak yang dibudidayakan. Sebaliknya, saat diolah menjadi beras porang, ia menjadi makanan populer di Korea, Jepang, dan Cina. Porang telah lama digunakan sebagai bahan baku dalam beberapa sektor industri makanan, seperti dalam pembuatan jeli. Porang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan, seperti porang menjadi beras porang.

Tanaman porang (*Amorphophallus muelleri*) adalah salah satu tanaman hutan paling produktif di Indonesia; pada tahun 2018, Menurut Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan (2020), produksi porang meningkat dari 2018 hingga 2020. Produksi porang mencapai titik tertinggi pada tahun 2020 sebesar 32.800 ton, naik 160 persen dari produksi 20.451 ton pada tahun sebelumnya. Produksi porang terendah terjadi pada tahun 2018 sebesar 8.754 ton. Tabel 1 menunjukkan luas areal panen, produksi, dan produktivitas komoditas porang di Indonesia tahun 2018–2020.

Tabel 1. Luas Produksi Tanaman Porang 2020

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ku/Ha)
2018	5.750	8.754	15.72
2019	12.864	20.451	15.89
2020	17.886	32.860	18.37

Sumber : Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan 2020

Kebutuhan dalam dan luar negeri akan meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun mendatang. Permintaan chip porang segar dan kering terus meningkat. Menurut Hartoyo (2020), peluang bisnis porang juga masih sangat terbuka karena kebutuhan ekspor porang ke China, Jepang, Australia, Sri Lanka, Malaysia, dan Korea mencapai 10.000 ton per tahun. Pada tahun 2020, kebutuhan domestik porang dalam bentuk umbi porang segar, *dried chip* porang, dan tepung porang mencapai 12.384 ton. Karena porang belum dibudidayakan secara intensif dan sangat bergantung pada potensi alam, luas penanaman yang terbatas, dan kurangnya pedoman budidaya yang lengkap, kebutuhan ini tidak dapat dipenuhi. Selain itu, tanaman ini relatif lebih lama dan tidak banyak masyarakat yang mengetahuinya.

Kandungan gizinya yang tinggi, porang adalah salah satu komoditas pertanian yang sangat diminati di pasar ekspor. Tanaman porang bernama latin *Amorphophallus muelleri*. Merupakan jenis tanaman yang dikenal sebagai umbi-umbian. Salah satu tanaman umbi-umbian terbaik di Indonesia disebut iles-iles. Tumbuhan ini tumbuh dengan subur di mana saja, baik di lingkungan tropis maupun subtropis. Tanaman porang telah lama digunakan sebagai makanan dan diekspor sebagai bahan baku industri. (yasin, et, al. 2021)

Tabel 2 Volume dan Nilai Ekspor Porang melalui BBKP Belawan Tahun 2020-2019

Tahun	Bulan	Frek	Vol(kg)	Nilai Barang	Negara Tujuan (Ekspor)
2019	Oktober	1	10.000,00	93.000.000,00	China
	Desember	1	16.800,00	590.865.532,00	Vietnam
			26.800,00	683.865.532,00	
2020	Januari	0	0	0	
	Februari	0	0	0	
	Maret	5	106.238,00	1.100.785.881,00	China, Vietnam
	April	7	150.950,00	3.275.619.468,00	China, Vietnam
	Mei	7	127.190,00	1.406.144.200,00	China, Vietnam
	Juni	3	50.350,00	1.211.896.313,00	China, Vietnam
	Juli	5	98.400,00	1.455.422.368,00	Vietnam
	Agustus	4	94.500,00	1.450.468.125,00	Vietnam
	September	2	52.020,00	699.009.970,00	China, Vietnam
	Oktober	6	164.200,00	3.433.395.110,00	China, Vietnam
	Nopember	8	216.600,00	4.446.434.702,00	Vietnam
	Desember	3	84.000,00	1.221.500.000,00	China, Vietnam
	Total	50,00	1.144.448,00	19.700.676.137,00	
2021	Januari	1	18.150,00	584.638.725,00	Vietnam
	Februari	0	0	0	
	Maret	3	56.993,00	1.700.474.750,00	Thailand
	April	2	43.500,00	1.411.039.200,00	Thailand
	Mei	0	0	0	
	Juni	0	0	0	
	Total	6,00	118.634,00	3.696.152.675,00	

Sumber : Data Primer dari IQ Fast 2022

Ekspor porang dari Sumatera Utara ke beberapa negara tujuan, termasuk China, Thailand, dan Vietnam, selama 2020 tercatat sebesar 861 ton dengan nilai ekonomi mencapai Rp19,1 miliar dan diekspor (Tabel 1.2). Selama tahun 2019–2020, ekspor porang tertinggi tercatat sebesar 1.144 ton dengan nilai barang sebesar Rp 19,7 miliar.

Tanaman porang juga dapat digunakan dalam bidang kesehatan sebagai obat dan makanan Sutarningsih dan Ariani (2017). Masyarakat pada umumnya

mengenal porang sebagai tanaman yang memiliki banyak manfaat akan tetapi tidak mengetahui secara jelas kandungan yang menjadikan tanaman porang tersebut bermanfaat.

Empat produk olahan porang yang sudah diproses secara komersil termasuk:

1. Tepung porang Membuat tepung dari umbi-umbian lain, seperti tepung tapioka, sangat mudah. Saat mengolahnya, berhati-hatilah agar unsur oksalat yang dapat menyebabkan iritasi tidak hilang.
2. Mie Porang adalah produk mie yang populer di Jepang yang berasal dari pengolahan porang. Mie porang biasanya digunakan sebagai pengganti nasi karena memiliki kadar kolesterol yang rendah dan tinggi serat. Tekstur dan kekenyalan mie porang lebih baik daripada mie yang terbuat dari tepung gandum.
3. beras porang yang dibuat dari olahan porang yang diubah menjadi nasi adalah hampir identik. Karena kandungan glutennya yang lebih rendah, nasi porang ideal untuk dimakan oleh penderita obesitas maupun memicu diabetes.
4. Bakso Porang: Seperti bakso biasa, bakso porang dapat dibuat dengan tepung porang dan daging. (Brahmabodo, 2021).

Tingginya konsumsi nasi di Indonesia disebabkan oleh budaya makan dimana masyarakat merasa belum makan jika belum makan nasi, padahal kebutuhan karbohidratnya tercukupi dari makanan lain (Yusuf et al., 2018).

Pangan fungsional adalah makanan yang memiliki manfaat fisiologis bagi tubuh. Produk makanan fungsional dapat meningkatkan metabolisme tubuh, menstabilkan penampilan fisik, dan dapat mengurangi risiko kanker, obesitas, dan penyakit jantung (Divayana, et,al 2022).

Beras porang, yang berasal dari bahan pangan lokal yang dapat dikembangkan di Indonesia, adalah salah satu produk pangan yang memiliki manfaat kesehatan bagi tubuh dan berasal dari sumber pangan lokal. Penelitian di Jepang tentang kandungan gizi berasporang menunjukkan bahwa beras porang memiliki kalori yang sangat rendah dan kandungan air yang tinggi, yang membuatnya ideal untuk penderita obesitas dan orang yang melakukan program diet karena dapat menekan rasa lapar karena menghasilkan perasaan kenyang di perut dengan membentuk larutan kental (serat polisakarida). (Nurdini dan Suhardini,2021)

Masyarakat lebih banyak mengonsumsi beras putih untuk makan sehari-hari. Padahal, ada begitu banyak jenis beras dengan warna, rasa, dan kandungan gizi yang berbeda, misalnya beras porang dan beras merah. Beras porang dan beras merah dianggap lebih menyehatkan dan baik untuk membantu menurunkan berat badan (Octavia, 2022). Berikut ini tabel perbandingan kandungan gizi pada beras merah dan beras porang pada Tabel 3.

Tabel 3 Perbandingan kandungan gizi beras putih, beras merah, dan beras porang dalam 100 gram takaran saji.

Nilai Gizi /100 gram	Beras Putih	Beras Merah	Beras Porang
Energi (kkal)	357	352	37-40

Lemak (gram)	77,5	76,2	0,1
Karbohidrat (gram)	28	23	18
Protein (gram)	8,4	7,3	0,1
Serat Pangan (gram)	0,4	1,6	11

Sumber: HMIG Undip (2020).

Perbandingan dengan beras putih dan beras merah, beras porang memiliki serat pangan yang lebih tinggi, menurut Tabel 1.1 Serat pangan berkontribusi pada pengendalian glukosa dan lipid darah serta mencegah konstipasi, menurut beberapa penelitian (Rantika & Rusdiana, 2018). Beras porang tidak hanya bebas karbohidrat dan kalori, tetapi juga rendah lemak, yang membuatnya sangat baik untuk dikonsumsi (Rahma, 2021).

Kandungan beras porang lebih lama dicerna dan bisa mengurangi peningkatan kadar gula darah (glukosa) yang terjadi setelah makan. Dengan mengonsumsi, beras porang juga dapat mengurangi hasrat konsumsi makanan yang memicu naiknya glukosa. Beras porang juga dapat membantu menurunkan kadar kolesterol (Shah et al, 2015). Berdasarkan riset di *American Journal of Clinical Nutrition*, konsumsi 3 gram serat porang dapat menurunkan kadar kolesterol jahat (LDL) hingga 10 persen (Ho et al., 2017).

Banyaknya manfaat beras porang menyebabkan tingginya harga beras tersebut dibanding dengan harga beras biasa, hal ini karena pabrik pengolahan dan eksportir glukomanan masih terbatas. Harga beras porang memang jauh lebih mahal. Kemasan 1 kg beras dijual dengan rentang harga Rp200.000-Rp 220.000, untuk harga kemasan 250 gram berada pada harga Rp60.000-70.000 dan Harga beras porang yang relatif mahal menyebabkan konsumen yang mengonsumsi beras porang pun berasal dari kalangan menengah dan kalangan atas.



Sumber: Brastagi Supermarket, Gatot Subroto

Gambar 1. Gambar Produk Beras Porang

Beras porang bisa dikatakan terbatas karena hanya tersedia di swalayan dan supermarket besar. Karena itu, beras porang memiliki pasar yang unik. Permintaan beras porang tidak terlepas dari peran konsumen dalam menilai dan mengidentifikasi produk tersebut saat mereka membuat keputusan untuk membelinya. Salah satu produk pangan yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh dan berasal dari lokal bahan pangan mempunyai potensi untuk dikembangkan di Indonesia khususnya beras porang. Karena keunggulan beras porang, harga beras ini tergolong tinggi dibandingkan harga beras biasa karena terbatasnya pabrik pengolahan dan ekspor glukomanan. Mahalnya harga beras porang dibandingkan

beras putih biasa membuat konsumen yang mengonsumsi beras porang juga berasal dari kalangan menengah ke atas.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Faktor- Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Porang (*Amorphophallus muelleri*) (Studi Kasus : Brastagi Supermarket, Gatot Subroto)”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen beras porang?
2. Apa saja faktor-faktor mempengaruhi keputusan konsumen pembelian beras porang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menganalisis karakteristik konsumen dalam pembelian beras porang.
2. Menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras porang.

1.4 Hipotesis Penelitian

Untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen beras porang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah di uraikan tersebut, maka manfaat penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya kepada petani tapi juga kepada orang banyak.
2. Bagi pemerintah dan instansi terkait, dapat lebih mengedukasikan kepada masyarakat terkait pencegahan obesitas, dan berlebihan mengonsumsi nasi putih, serta mengarahkan masyarakat untuk selalu hidup sehat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan informasi dalam melakukan penelitian dan pengembangan lebih lanjut.
4. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya.
5. Bagi Konsumen, menjadi sumber informasi untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta manfaat mengenai beras .

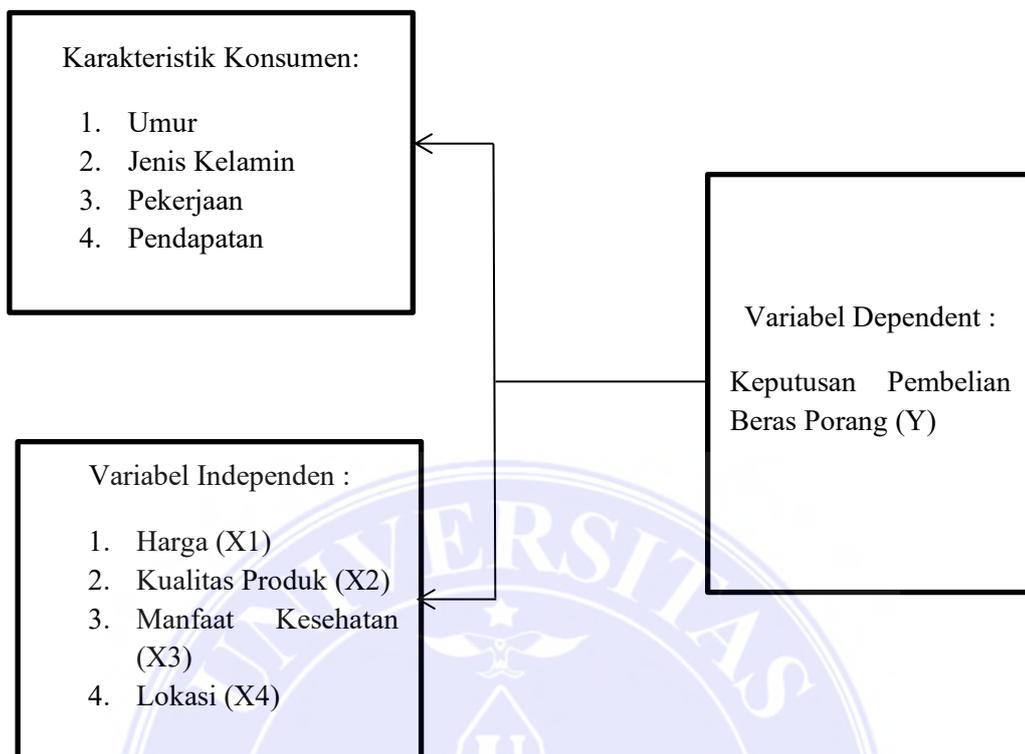
1.6 Kerangka Pemikiran

Beras porang memiliki kandungan 40 kkal kalori, 1 gram protein, 1,5 gram lemak, 6 gram karbohidrat, dan 4 gram serat. Selain itu, beras porang memiliki tingkat glukomanan yang tinggi. Serat pangan yang larut dalam air disebut glukomanan (Octavia, 2022). Manfaatnya adalah mencegah gangguan metabolisme, yang melindungi tubuh dari penyakit (Harmayani, et al. 2014) dan (Nurdini dan Suharini, 2021). Beras porang memiliki glukomanan yang membuat perut kenyang, memperlancar pencernaan, Sehingga sangat bermanfaat bagi penderita obesitas.

Dari beberapa keunggulan, tingginya kualitas beras porang membuat tingginya harga beras tersebut dibanding dengan harga beras biasa, hal ini karena

pabrik yang mengolah beras porang masih sedikit. Harga beras porang dalam kemasan 1 kg sebesar Rp 200.000,00-Rp220.000,00. Harga beras yang mahal tersebut menyebabkan konsumen yang mengonsumsi beras porang berasal dari kalangan menengah dan kalangan atas. Penjualan beras porang masih dikatakan terbatas karena hanya tersedia di tempat-tempat tertentu seperti di pasar-pasar modern. Hal ini yang membuat beras porang mempunyai segmen pasar sendiri. Permintaan terhadap beras porang tidak terlepas dari peranan konsumen dalam menilai dan mengidentifikasi produk tersebut sehingga nantinya akan memutuskan melakukan pembelian atau tidak.

Untuk mengetahui karakteristik konsumen dan keputusan konsumen beras porang, kajian perilaku konsumen yang perlu diketahui oleh pelaku usaha beras porang adalah proses pengambilan keputusan dan faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras porang. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras porang diawali pada tahap pengenalan kebutuhan akan beras porang. Setelah konsumen menyadari kebutuhannya akan beras porang, konsumen akan mencari informasi tentang beras porang baik dari harga, kualitas produk, dan manfaat. Selanjutnya informasi yang sudah didapat dievaluasi kembali berdasarkan keinginan konsumen dan pertimbangan pembelian. Konsumen yang telah menemukan produk yang sesuai dengan keinginannya, akan melakukan pembelian, dan akhirnya melakukan evaluasi produk yang dibeli apakah sudah memberikan kepuasan serta apakah akan melakukan pembelian kembali.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

→ : Menyatakan Hubungan

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Schiffman Kanuk (2004), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, yang artinya seseorang dapat membuat keputusan yang dimana harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Marlius (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian terjadi karena adanya ketertarikan konsumen terhadap suatu produk sehingga timbul rasa ingin memiliki dan membelinya. Sedangkan menurut Kotler (2005), menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari pencarian informasi, menganalisa kebutuhan dan keinginan, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah keputusan pembelian. Jadi keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Berdasarkan tingkat keterlibatan pembelian, proses pembelian oleh konsumen akhir dapat dikelompokkan menjadi tiga macam, yaitu nominal (habitual) decision making, limited decision making, dan extended decision

making (Tjiptono, 2015), yaitu: 1. Nominal (habitual) making decision, merupakan proses keputusan pembelian yang sederhana yang dimana konsumen mengidentifikasi masalahnya kemudian konsumen langsung mengambil keputusan untuk membeli merek favorite atau kegemarannya tanpa adanya evaluasi alternative. 2. *Limited decision making*, berlangsung manakala konsumen mengidentifikasi masalah atau kebutuhannya, kemudian mengevaluasi beberapa alternative produk atau merek berdasarkan pengetahuannya tanpa mencari informasi baru. Hal ini biasanya dilakukan untuk pembelian yang berulang atau karena kebiasaan. 3. *Extended decision making*, merupakan jenis pengambilan keputusan paling lengkap mulai dari identifikasi masalah hingga tahap pasca pembelian.

2.1.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002) proses keputusan pembelian dimulai jauh sebelum tindakan pembelian dan berlanjut lama hingga sesudahnya. Tahapan tahapan ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Proses Keputusan Pembelian

1. Pengenalan masalah (*problem recognition*), merupakan proses pembelian yang diawali dengan adanya kebutuhan atau masalah konsumen. Konsumen mempresepsikan antara keadaan yang diinginkan dengan situasi yang sedang berlangsung guna membangkitkan proses keputusan.

2. Pencarian Informasi (*Information search*), setelah konsumen mengetahui kebutuhannya, selanjutnya konsumen akan mencari informasi baik yang disimpan dalam ingatan maupun dari lingkungan sekitar. Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari: a. Sumber pribadi, yaitu keluarga, teman, tetangga, kenalan. b. Sumber niaga/komersial, yaitu iklan, tenaga penjual, kemasan. c. Sumber umum, yaitu media massa, dan organisasi konsumen.
3. Evaluasi alternatif (*validation of alternative*), setelah mencari informasi konsumen akan mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Ada 5 (lima) konsep dasar yang dapat digunakan yaitu:
 - a. Sifat-sifat produk, yaitu yang menjadi ciri-ciri khusus produk tersebut.
 - b. Pemasar hendaknya lebih memperhatikan pentingnya ciri-ciri produk.
 - c. Kepercayaan konsumen terhadap ciri merek yang menonjol.
 - d. Fungsi kemanfaatan, yaitu bagaimana konsumen mengharapkan kepuasan yang diperoleh dengan tingkat alternative yang berbeda-beda setiap hari.
 - e. Bagaimana prosedur penilaian yang dilakukan konsumen dari sekian banyak ciri-ciri barang.
4. Keputusan pembelian (*purchase decision*), konsumen yang telah melakukan pemilihan dari berbagai alternatif biasanya membeli produk yang paling disukai, sehingga membuat suatu keputusan untuk membeli. Ada 3 (tiga) faktor yang mempengaruhi keputusan membeli, yaitu:
 - a. Sikap orang lain, yaitu tetangga, teman, orang kepercayaan, keluarga.
 - b. Situasi tak terduga, yaitu harga, pendapatan keluarga, manfaat yang diharapkan.

- c. Faktor yang dapat diduga, yaitu faktor situasional yang dapat diantisipasi oleh konsumen.
5. Perilaku pasca pembelian (*post purchase behavior*), puas tidaknya konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya. Ketika konsumen puas kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang begitu juga sebaliknya. Ketidakpuasan konsumen dapat terjadi ketika harapan konsumen tidak terpenuhi. Konsumen yang tidak puas akan menghentikan pembelian dan kemungkinan akan menyebarkan berita buruk tersebut kepada teman-teman mereka. Oleh karena itu perusahaan berusaha agar kepuasan konsumen tercapai dalam proses pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam (Pradana, 2017), indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
- b. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
- c. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
- d. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

2.2 Tanaman Porang (*Amorphophallus muelleri*)

Menurut Sumarwoto (2005), tumbuhan porang (*Amorphophallus muelleri*) adalah sinonim dari *Amorphophallus muelleri* Blume dan *Amorphophallus blumei* Scott. Porang diberi nama lokal berdasarkan daerah asalnya, seperti acung atau acoan oray (Sunda) atau kajrong (Nganjuk).

Amorphophallus spp. pertama kali ditemukan di lingkungan tropis dari Setelah mencapai pulau-pulau Pasifik, Afrika menyebar ke wilayah lain bersuhu

sebanding dengan Cina dan Jepang. *A. onchophyllus* pertama kali ditemukan di Kepulauan Andaman (India), tetapi kemudian menyebar ke arah timur, lewat Myanmar, Thailand, dan Indonesia. Jansen dan rekannya, 1996, dikutip oleh Sumarwoto, 2005).



Gambar 4. Tumbuhan Porang (*Amorhophallus oncophyllus* Prain)

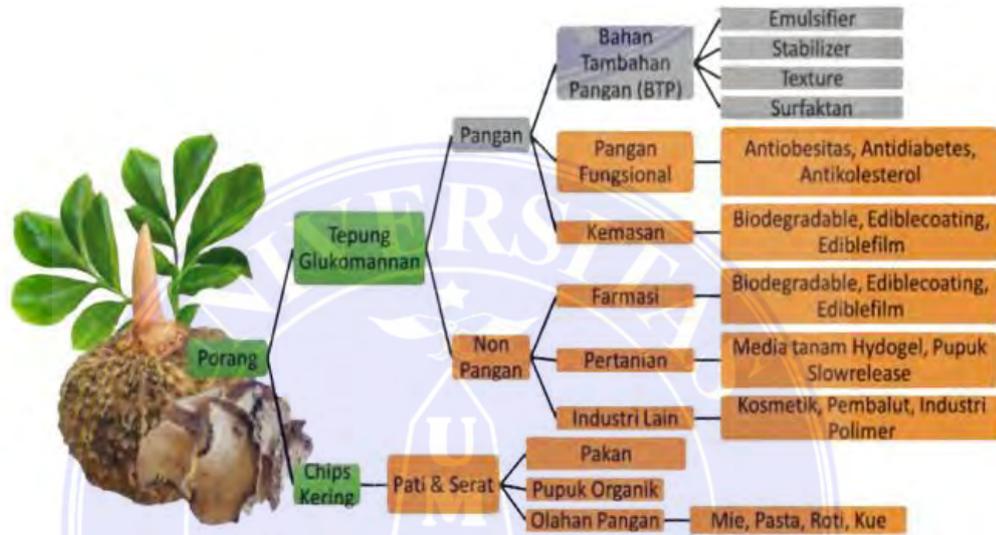
Sumber : Pusat Penelitian dan Pengembangan Porang Indonesia, 2013

Tumbuhan porang memiliki batang tegak, lunak, halus, dan bercak putih di bagian tepinya. Batang tunggal, juga dikenal sebagai batang semu, memecah menjadi tiga batang sekunder dan kemudian membentuk tangkai daun. Perkembangannya morfologis terdiri dari satu daun menjari yang ditopang oleh satu tangkai daun bulat. Seiring dengan musim tumbuh, beberapa umbi batang akan keluar dari tangkai daun (Sumarwoto, 2005).

Daun-daun ini memiliki helaian yang panjangnya antara 60 dan 200 sentimeter, dengan tulang-tulang kecil yang dapat dilihat pada permukaan bawah daun (Ganjari, 2014). Tangkainya panjangnya antara 40 dan 180 sentimeter, dan daun-daun yang lebih tua berada di antara tiga segmen tangkai pada pucuknya.

2.3 Manfaat Porang

Untuk seseorang dengan penderita tekanan darah tinggi, kolesterol dan obesitas, porang tinggi serat dan bebas lemak dapat digunakan pada penyakit ini. Porang memiliki potasium, magnesium, fosfor, dan sejumlah kecil. (Purwanto, 2014).



(Sumber: Pusat Penelitian dan Pengembangan Porang Indonesia, 2013)

Gambar 5. Manfaat Porang

Dalam pernyataan Kompas bahwa porang mempunyai harga yang tinggi karena umbi ini mengandung glukomanan yang merupakan senyawa polisakarida larut dalam air yang mengandung serat makanan dan dapat dijadikan pengental alami. Porang juga dapat diolah menjadi bahan pembuat lem, kapsul, pengikat formulasi tablet, campuran dalam pembuatan kertas, pengganti gel, silikon, hingga isolator listrik. (Kompas, 2021).

2.4 Beras Porang (*Amorphophallus muelleri*)

Beras Porang adalah salah satu sumber pangan fungsional yang berasal dari umbi porang atau iles-iles (konnyaku). Kandungan utama dari umbi

porang adalah glukomanan yaitu sebesar 55%. Glukomanan adalah polisakarida yang dapat larut dalam air. Selain glukomanan, umbi iles-iles mengandung 5-10% protein dan 16 asam amino, 7 asam amino di antaranya merupakan asam amino esensial (Supriati, 2016). Beras porang memiliki kalori dan karbohidrat yang rendah. Dalam 112 gram atau setengah cup beras porang, terkandung 3 gram karbohidrat. Sementara, kalori beras porang hanya sekitar 10 kalori. Meskipun mengandung kalori dan karbohidrat yang sangat rendah, beras *porang* memiliki kandungan serat yang tinggi sehingga tetap memberikan efek kenyang setelah dikonsumsi (Octavia, 2022).

Beras porang memiliki banyak manfaat yaitu dapat menurunkan berat badan karena dapat meningkatkan perasaan kenyang. Beras porang dapat membantu untuk menurunkan kolesterol maupun untuk penderita obesitas. Beras porang yang telah diolah menjadi nasi dapat menunda pengosongan perut yang dapat mencegah lonjakan gula darah setelah makan (Rahmawati, 2022). Banyaknya manfaat beras porang menyebabkan tingginya harga beras tersebut dibanding dengan harga beras biasa, hal ini karena pabrik pengolahan dan eksportir glukomanan masih terbatas. Harga beras porang memang jauh lebih mahal. Kemasan 1 kg beras dijual dengan rentang harga Rp200.000-Rp 220.000, untuk harga kemasan 250 gram berada pada harga Rp60.000-70.000 dan Harga beras porang yang relatif mahal menyebabkan konsumen yang mengonsumsi beras porang pun berasal dari kalangan menengah dan kalangan atas.

2.5 Perilaku Konsumen

Dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, yaitu pada Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK),

mendefinisikan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) UUPK tersebut menjelaskan bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir. Konsumen akhir adalah konsumen yang memperoleh barang atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain (Suryani, 2003).

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Menurut Armstrong, Adam, Denize dan Kotler (2014), memahami konsumen sasaran dan tipe dari proses keputusan yang akan mereka lalui merupakan tugas penting bagi seorang pemasar. Disamping itu, pemasar juga perlu mengenal pelakupelaku yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, memahami tingkah pembeli pada setiap tahap pembelian dan faktor-faktor yang memengaruhi tingkah laku mereka. Jika pemasar tidak mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi, maka akan kesulitan bagi pemasar untuk mengetahui tingkah laku perilaku konsumen. Terdapat faktor perilaku pembelian konsumen yang lebih jelas pada faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Kotler & Armstrong, 2008).

Berikut ini penjelasan yang lebih luas mengenai keempat faktor yang memengaruhi perilaku konsumen:

1. Faktor budaya Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor Kebudayaan, terdiri dari:
 - a. Budaya, seseorang menciptakan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarganya serta lembaga-lembaga penting lainnya.
 - b. Sub-budaya, terdiri dari kebangsaan agama, kelompok, ras dan daerah geografis.
 - c. Kelas sosial, stratifikasi yang terbentuk sistem kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dalam peran tertentu dan tidak dapat mengubah kasta mereka.
2. Faktor Sosial Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Faktor Sosial, terdiri dari:
 - a. Kelompok referensi, seseorang yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
 - b. Keluarga, merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dan masyarakat dan telah menjadi objek penelitian yang luas.
 - c. Peran dan status, seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidup keluarga, klub dan organisasi.
3. Faktor Pribadi Faktor pribadi didefinisikan sebagai seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan

bertahan lama terhadap lingkungan. Berikut ini penjelasan terkait usia, pekerjaan, gaya hidup, dan kepribadian:

- a. Usia dan tahap siklus hidup, setiap orang membeli barang-barang yang berbeda pada tingkat usia tertentu dan tingkat manusia terhadap pakaian, peralatan, yang juga berhubungan dengan manusia.
 - b. Pekerjaan seseorang juga memengaruhi pola konsumsinya. Seseorang direkrut perusahaan akan mempunyai pola konsumsi yang berbeda dengan seorang yang berprofesi sebagai dokter dan lain sebagainya.
 - c. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas minat dan opini.
 - d. Kepribadian diartikan sebagai karakteristik psikologi seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.
4. Faktor Psikologis Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Faktor Psikologis, terdiri dari:
- a. Motivasi, merupakan kebutuhan yang mendorong seseorang untuk bertindak. Motivasi bisa muncul dari dalam maupun dari luar.
 - b. Persepsi, merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.
 - c. Pembelajaran meliputi perubahan seseorang yang timbul berdasarkan pengalaman dipengaruhi oleh lingkungan tertentu.

- d. Keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal.

2.6 Penelitian Terdahulu

Menurut Divayana,et,al(2022) dalam Penelitian “Faktor Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Mi Shirataki Instan: Aplikasi *Extenden Theory Of Planned Behavior*” Tujuan Penelitian ini Untuk menganalisis faktor faktor yang memengaruhi niat beli konsumen mie instan shirataki dengan memperluas Theory of Planned BehavioModel E-TPB lebih baik dalam menjelaskan kekuatan prediksi niat pembelian mi shirataki instan. Semua variabel dalam model menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara langsung Model E-TPB lebih baik dalam menjelaskan kekuatan prediksi niat pembelian mi shirataki instan. Semua variabel dalam model menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap niat pembelian mi shirataki instan. Sebagian besar responden lebih termotivasi untuk melakukan niat pembelian berdasarkan dari kesadaran kesehatan dan ketersediaan yang dirasakan itu sendiri. Kesadaran kesehatan dalam diri konsumen sudah membentuk adanya niat pembelian tersebut dan begitu pula dengan ketersediaan yang dirasakan konsumen akan produk mi shirataki instan.

Menurut Parmana (2017) dalam penelitiannya “ Pengaruh Harga Beli, Pendapatan Konsumen, Usia, Status dan Jarak Tempuh Terhadap Pilihan Konsumen Membeli Sepeda Motor”. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang telah ditentukan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan instrument wawancara dan kusioner.

Jumlah responden 100 kepala rumah tangga yang memiliki motor. Analisis menggunakan model probit dengan bantuan Eviews 9. Hasil penelitian, harga beli, pendapatan konsumen, dan jarak tempuh berpengaruh terhadap pilihan konsumen membeli sepeda motor baru. Sedangkan usia dan status tidak berpengaruh terhadap pilihan konsumen membeli sepeda motor baru sehingga pilihan jatuh pada sepeda motor bekas.

Menurut Ferawati, et,al (2019) “ Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar” . Tujuan Penelitian ini : 1. Mengidentifikasi variabel segmentasi geografi, demografi dan psikografi konsumen beras di Pasar Terong Makassar. 2. Menganalisis proses . Hasil dari Penelitian ini Dari segmen geografi, demografi dan psikografi sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan usia yang dikategorikan dewasa, sudah menikah dan memiliki jumlah anggota keluarga sedikit, jarak rumahnya dekat dengan lokasi pembelian, memiliki tingkat pendidikan rendah, bekerja dan memiliki pendapatan keluarga dengan kategori rendah, bergaya hidup sederhana dan memiliki kepribadian.

Menurut Ikasari,et,al (2016) dalam Penelitiannya “Analisis FaktorFaktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Organik “ Adapun tujuan peneliitiannya : Mengetahui faktorfaktor yang memengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian beras organik di kota Batu dan metode metode dalam penelitiannya : 1. Metode analisis faktor. 2. Analisis regresi linier berganda . Hasil Penelitiannya : Faktor produk (X1), harga (X2), tempat (X3), pribadi (X4), dan motivasi (X5) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) beras organik dengan koefisien regresi berturut-turut $X1=0.198$; $X2=0.048$; $X3=0.063$; $X4=0.063$, dan $X5=0.133$

dan nilai R-square sebesar 0.512. Secara parsial faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen untuk membeli beras organik adalah faktor produk, dan faktor motivasi, Faktor harga, tempat.

Menurut Dewi dan Hayati (2021) dalam Penelitiannya “Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian” Tujuan dalam Penelitiannya : Menganalisis sikap konsumen beras merah organik. Metode dalam penelitiannya Analisis Linear berganda dan Hasil penelitiannya : Penilaian sikap konsumen kepada atribut beras merah organik dikategorikan sebagai sikap yang positif.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alami (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan memberikan kuisioner. Metode ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2 Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian di Brastagi Supermarket, Gatot Subroto dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa masyarakat Medan Petisah sudah mulai mengenal, membeli, dan mengonsumsi beras porang . Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen beras porang yang pernah berbelanja di Brastagi Supermarket Gatot Subroto.

Pembelian beras porang yaitu, supermarket. Pasar yang dipilih dalam penelitian ini adalah pasar modern dengan pertimbangan bahwa pasar modern adalah pasar yang menjual beras porang. Supermarket yang dipilih dalam penelitian ini adalah Berastagi Supermarket Gatot Subroto dengan pertimbangan bahwa Brastagi Supermarket Gatot Subroto adalah supermarket yang menjual beras porang.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono (2020), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini ditetapkan sebagai langkah awal dalam menentukan sampel peneltian. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen beras porang di *Brastagi Supermarket Gatot Subroto* .

Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* (teknik sampel kebetulan). *Accidental sampling* (teknik sampel kebetulan) merupakan sampel yang di ambil tanpa di rencanakan terlebih dahulu atau sample ditentukan secara kebetulan. Artinya, siapa saja konsumen yang membeli beras porang yang bertepatan dengan peneliti dan memenuhi kriteria akan di jadikan sampel penelitian. Adapun jumlah sampel yang diambil adalah 40 responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Konsumen yang membeli beras porang di *Brastagi Supermarket* .
2. Konsumen yang bertujuan membeli beras porang untuk dikonsumsi secara langsung.
3. Konsumen yang telah melakukan pembelian beras porang lebih dari 1 kali pembelian di *Brastagi Supermarket Gatot Subroto* .

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Data yang

digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di ukur menggunakan skala likert dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dengan melakukan observasi, wawancara, kuisisioner dan dokumentasi.

1. Observasi dilakukan dengan mengumpulkan data dimana peneliti mencatat informasi yang di dapat sebagaimana yang peneliti dapatkan selamapenelitian.
2. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab peneiti kepada responden untuk mendapatkan informasi yang berhubungandengan maslah yang diteliti.
3. Kuisisioner untuk mendapatkan data primer yaitu dengan menyajikan pertanyaan yang di buat oleh peneliti terlebih dahulu dan diisi oleh responden.
4. Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dalam bentuk catatan dan gambar dengan memberikan keterangan yang lebih lengkap terkait judul penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial yang kemudian di tetapkan secara spesifik oleh peneliti dan selanjutnya disebut dengan variabel penelitian (Sugiyono,2013). Penggunaan skor kriteria skala likert sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju (STS) = 1
2. Tidak setuju (TS) = 2
3. Netral (N) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat setuju (SS) = 5

Data sekunder adalah sekumpulan informasi yang sudah ada sebelumnya digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya berupa buku, artikel, jurnal, media internet, dan badan pusat statistik dan pihaklainnya yang

terkait.

3.5 Teknik Analisis Data

- Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa cermat alat ukur dalam melakukan fungsinya. Menurut Sufren dan Natanael (2013) uji validitas menggambarkan tentang keabsahan dari alat ukur apakah pertanyaan pertanyaan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur. Nilai validitas dapat diketahui dengan mencari r hitung dan dibandingkan dengan r tabel. Butir-butir pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. Mencari r hitung dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum(X)^2 - (\sum X)^2)(n \sum(Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Jumlah koresponden

X = Skor yang didapat subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang didapat dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah Skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah Skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing Y

- Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilaksanakan terhadap pertanyaan yang telah valid. Program SPSS dapat dipakai untuk melaksanakan uji reliabilitas. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilaksanakan dengan memakai program SPSS. Menurut Sufren dan Natanael (2013) nilai reliabilitas dapat dikatakan baik jika nilai Cronbach Alpha sebesar 0,6-0,8. Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \times \left[1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum S_i$ = jumlah varian butir

S_t = varian total

Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk memenuhi tujuan pertama dan kedua mengenai karakteristik responden dan keputusan pembelian beras porang di Kota Medan. Analisis faktor untuk mengetahui faktor yang memengaruhi keputusan pembelian beras porang.

1. Tujuan pertama

Analisis deskriptif kualitatif adalah metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama, "menganalisis karakteristik konsumen dalam pembelian beras porang ." yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mentabulasi, dan kemudian memberikan gambaran atau penjelasan rinci tentang data. Analisis deskriptif digunakan untuk mengolah data dan informasi dari kuesioner.

Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan berbagai jenis data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik beras porang dari responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, suku, lokasi pembelian, waktu konsumsi, merek produk, harga, dan frekuensi pembelian.

2. Tujuan Kedua

Analisis Kuantitatif di pakai untuk menjawab tujuan kedua , yaitu faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli beras porang pada kota medan. Untuk tujuan dua, analisis faktor digunakan dengan kuesioner yang telah lulus uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini akan menggunakan pertanyaan tertutup untuk mengumpulkan data, dan Windows akan menggunakan Statistical Package for Social Science (SPSS) 26 dan Microsoft Office Excel 2019.

Untuk Mengidentifikasi rumusan masalah (2) metode yang digunakan adalah dengan melakukan Analisis Regresi Linear Berganda. Data yang di peroleh kemudia diolah dengan menggunakan program SPSS. Untuk mengetahui faktor-faktor mempengaruhi keputusan pembelian beras porang (Sudjana,2002). Adapun model ekonometrika persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + \epsilon$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Parameter intercept

b1, b2, b3, b4, b5, b6 = Parameter koefisien regresi

X_1 = Faktor Harga

X_2 = Faktor Kualitas Produk

X_3 = Faktor Manfaat Kesehatan

X_4 = Faktor Lokasi

ϵ = Standar error

Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel tak bebas, sedangkan X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , merupakan variabel bebas. Untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras porang di pasar modern Brastagi Supermarket di Gatot Subroto, maka dilakukan uji statistik, melalui analisis varians (Uji-F) uji parsial (Uji-T). Analisis regresi bertujuan untuk menunjukkan ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y), dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika F- hitung < dari F- tabel maka variabel X sama sama tidak berpengaruh nyata terhadap variabel Y.
2. Jika T- hitung \geq T- tabel maka variabel X secara terpisah (variabel konstan) berpengaruh nyata terhadap variabel

3.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah suatu persyaratan statistik yang harus dilakukan dalam analisis linear berganda berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda dapat digunakan menganalisis data dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak memenuhi. Uji asumsi klasik antara lain :

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan dengan tujuan untuk menguji apakah sebaran data pada sebuah regresi variabel berdistribusi normal atau tidak normal. Ada beberapa cara untuk melihat regresi variabel berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menganalisis grafik dan uji statistik. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) $\geq 0,05$ maka data tersebut terdistribusi dengan normal, jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) $< 0,05$ maka distribusi data tersebut tidak normal (Ali Muhson, 2012).

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan tuannya untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel bebas ditemukan dalam model regresi. Pada umumnya model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika ditemukan variabel bebas berkorelasi maka variabel ini dapat dikatakan tidak ortogonal. Dimana variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol ($=0$). Untuk mendeteksinya dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* dapat mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Ghozali, 2012). Sehingga *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Didalam penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif untuk hubungan variabel-variabel terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras porang di Brastagi Buah.

3.7.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (tidak signifikan), dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independent. Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan nilai signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

3.7.2 Uji Parsial (Uji-T)

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel dependen secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen. Uji t digunakan untuk membuat keputusan untuk mengetahui apakah hipotesis terbukti atau tidaknya. Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan nilai signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

3.8 Definisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan penelitian di bidang ini, variabel diukur, yang memerlukan pengaktifan setiap konsep yang digunakan untuk menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dengan kata kata yang dapat diuji dan divalidasi. Untuk tujuan penelitian ini, variabel-variabel berikut digunakan:

1. Beras Porang adalah beras sehat yang sangat berguna untuk kesehatan tubuh
2. Perilaku konsumen adalah menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk
3. Pekerjaan adalah suatu hubungan yang melibatkan dua pihak antara perusahaan dan karyawan
4. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh responden perbulan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan.
5. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk membayar dan mendapatkan produk yang akan dibeli.
6. Keputusan Pembelian adalah tindakan dan alasan konsumen ingin membeli atau tidak membeli terhadap beras porang.
7. Lokasi adalah tempat pusat perbelanjaan atau aktivitas usaha yang dilakukan.
8. Manfaat kesehatan adalah keadaan / kondisi seluruh badan serta bagian bagian terbebas dari sakit.
9. Kualitas Produk adalah Kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik berupa barang maupun jasa.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil

5.1.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian instrumen merupakan proses sistematis untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrument penelitian digunakan untuk memastikan data tersebut adalah data yang akurat. Uji validitas merupakan proses yang digunakan untuk menentukan akuratnya instrumen penelitian. Validitas adalah ukuran keabsahan dan ketepatan suatu instrument dalam mengukur konsep yang diinginkan. Apabila instrument penelitian terukur baik atau valid saat di uji validitasnya maka kuisisioner penelitian layak untuk disebarkan.

Untuk melihat validnya instrument penelitian, peneliti harus memeriksa hasil uji validitas dengan ketentuan nilai signifikansi (sig.) sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka dapat dinyatakan valid.
- Apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah peneliti lakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Sttistic versi 26, diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Validitas

Variabel dan Indikator	Item	r- Hitung	r- Tabel	Signifikan	A	Keterangan
Harga (X1)	X1.1.1	0,7921	0,3120	0,04	0,05	Valid
	X1.1.2	0,6863	0,3120	0,18	0,05	Valid
	X1.1.3	0,4766	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X1.1.4	0,7921	0,3120	0,04	0,05	Valid
	X1.1.5	0,4833	0,3120	0,00	0,05	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.2.1	0,5885	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.2	0,5802	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.3	0,5213	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.4	0,6790	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.5	0,8026	0,3120	0,01	0,05	Valid
Manfaat Kesehatan (X3)	X3.3.1	0,6090	0,3120	0,24	0,05	Valid
	X3.3.2	0,9274	0,3120	0,03	0,05	Valid
	X3.3.3	0,5540	0,3120	0,10	0,05	Valid
	X3.3.4	0,3638	0,3120	0,02	0,05	Valid
	X3.3.5	0,9274	0,3120	0,03	0,05	Valid
Lokasi (X4)	X4.4.1	0,5769	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X4.4.2	0,7131	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X4.4.3	0,7783	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X4.4.4	0,6543	0,3120	0,00	0,05	Valid
Keputusan Pembelian(Y)	Y1.1.1	0,6671	0,3120	0,00	0,05	Valid
	Y1.1.2	0,8244	0,3120	0,00	0,05	Valid
	Y1.1.3	0,5507	0,3120	0,03	0,05	Valid
	Y1.1.4	0,7917	0,3120	0,00	0,05	Valid

Sumber : Data Diolah Penulis,2024

Berdasarkan tabel 10, hasil uji validitas yang peneliti lakukan menunjukkan semua item pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel atau sig $<$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan valid.

5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode atau prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi maupun kestabilan hasil dari instrumen. Tujuan dari uji reabilitas ini adalah untuk memastikan bahwa instrument tersebut menghasilkan hasil yang dapat dipercaya dan konsisten dari waktu ke waktu.

Menurut Noor (2017), Uji reabilitas dapat dilihat pada nilai dari Cronbach alpha, dengan nilai minimal 0,6 atau 60%. Berdasarkan hasil uji reabilitas yang telah peneliti lakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Sttistic versi 26, diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Realibilitas

Indikator	<i>Cronbach Alpha</i>	Standart	Keterangan
Harga (X1)	0,604	0,60	Realibel
Kualitas Produk (X2)	0,606	0,60	Realibel
Manfaat Kesehatan (X3)	0,702	0,60	Realibel
Lokasi (X4)	0,618	0,60	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,672	0,60	Realibel

Sumber : Data Diolah Penulis, 2024

5.1.3 Karakteristik Konsumen

Pada penelitian ini karakteristik konsumen adalah yang membeli beras porang di Brastagi Supermarket yang bersedia mengisi kuisisioner. Pengumpulan data dari 40 konsumen berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga. Konsumen diharapkan mengisi kuisisioner yang memberikan deskripsi penilaian tentang karakteristik konsumen yang berbelanja di Brastagi Supermarket.

Berdasarkan hasil penelitian, sebaran umur dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu dari usia , 31-39 tahun, 41-49 tahun, dan diatas 50 tahun. Hasil yang didapatkan bahwa dominasi umur konsumen sebanyak >50 tahun sebanyak 16 orang dengan jumlah persentase 40%, dan konsumen diatas 31-39 tahun sebanyak 12 orang dengan jumlah persentase 30% dan 41-39 tahun sebanyak 12 orang dengan jumlah persentase 30%. Hasil yang diperoleh bahwa konsumen di dominasi umur >50 tahun. Dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
31-39	12	30%
41-49	12	30%
50-59	16	40%
Total	40	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 36 responden atau setara dengan 90%. Hal ini merupakan suatu yang umum karena kebanyakan konsumen yang membeli beras porang adalah ibu-ibu pekerja karena tentunya padatnya jadwal pekerjaan yang begitu padat perlu menjaga kesehatan adalah perempuan. Sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 4 orang atau 10%. Perempuan memiliki pengetahuan lebih tinggi tentang makanan serta menunjukkan perhatian terhadap kesehatan dan keamanan pangan, perempuan lebih teliti dalam memilih makanan yang sehat (Gibney, 2008). Perilaku pemilihan makanan yang buruk akan menyebabkan terjadinya penyakit bawaan makanan dan mempengaruhi nutrisi bagi tubuh konsumen. Dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	36	90%
Laki Laki	4	10%
Total	40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Karakteristik konsumen dibagi menjadi empat kategori berdasarkan jenis pekerjaan: pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta atau pengusaha, dan lainnya. Hasilnya menunjukkan bahwa 22 orang dengan Persentase 55% orang

bekerja sebagai perusahaan swasta atau pegawai negeri, sedangkan 10% konsumen adalah pegawai swasta. Wiraswasta/pengusaha dengan berjumlah 6 orang dengan persentase 15% dan lainnya 8 orang dengan persentase 20%, Dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri/BUMN	22	55%
Pegawai Swasta	4	10%
Wiraswasta/Pengusaha	6	15%
Lainnya	8	20%
Total	40	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Tabel 15. Frekuensi Pembelian Beras Porang Per-Bulan

Frekuensi	Jumlah	Persentase
2 kali	26	65%
3 kali	8	20%
lebih dari 3	6	15%
Total	40	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Dapat di lihat pada tabel 15, Responden pembelian beras porang paling besar jumlahnya pada kelompok 2 kali pembelian beras porang dalam sebulan. Responden pada penelitian keseluruhan pernah melakukan pembelian beras porang dengan keputusan pembelian setelah melihat dan mendengar mengenai beras porang . Pembelian beras porang secara langsung.

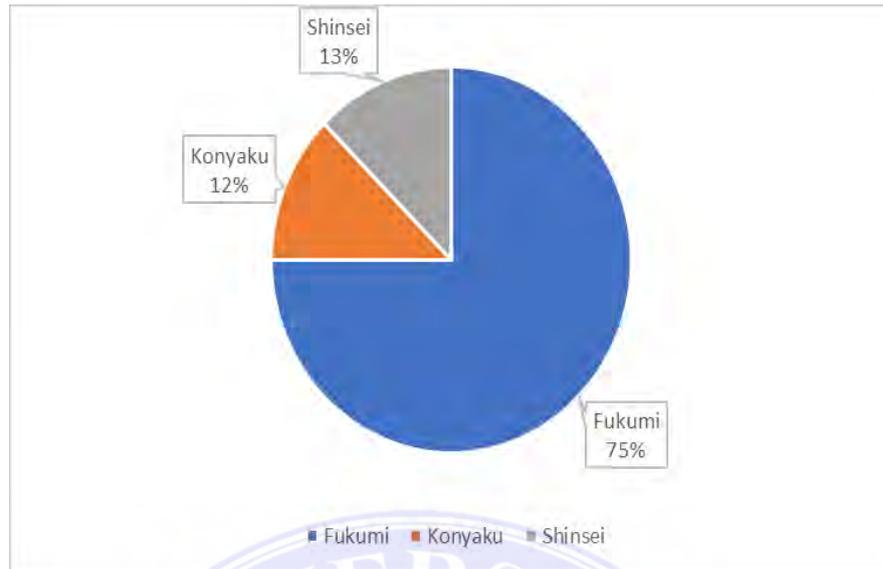
Pendapatan sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Pada umumnya konsumen yang memiliki pendapatan yang tinggi akan lebih mudah dalam membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhannya. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan

pendapatan Karakteristik berdasarkan pendapatan konsumen dibagi menjadi 4 yaitu Rp.3.000.000 –Rp.3.900.000 sebanyak 22 orang dengan jumlah persentase 55% umumnya bekerja sebagai pegawai negeri pada umumnya yang mendapatkan gaji tetap tiap bulannya dan sangat baik untuk berbelanja memenuhi kebutuhan. Pendapatan dengan kisaran Rp.1.000.000–Rp.1.900.000 sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase 10 % , pendapatan dengan kisaran Rp.2.000.000–Rp.2.900.000 sebanyak 8 orang dengan jumlah persentase 20% dan diatas Rp.4.000.000 sebanyak 6 orang dengan persentase 15%. Dari hasil penelitian tingkat pendapatan sangat mempengaruhi konsumen dalam pertimbangan melakukan pembelian beras porang. Dengan besarnya pendapatan responden tersebut, tentunya tidak akan terlalu memperhatikan harga dari beras porang yang dibeli di brastagi supermarket yang dimana konsumen akan membeli sesuai keinginan mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli beras porang adalah masyarakat dengan pendapatan yang tinggi, Dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
3.000.000-3.900.000 Juta	22	55%
1.000.000-1.900.000 Juta	4	10%
2.000.000-2.900.000 Juta	8	20%
>4.000.000 Juta	6	15%
Total	40	100%

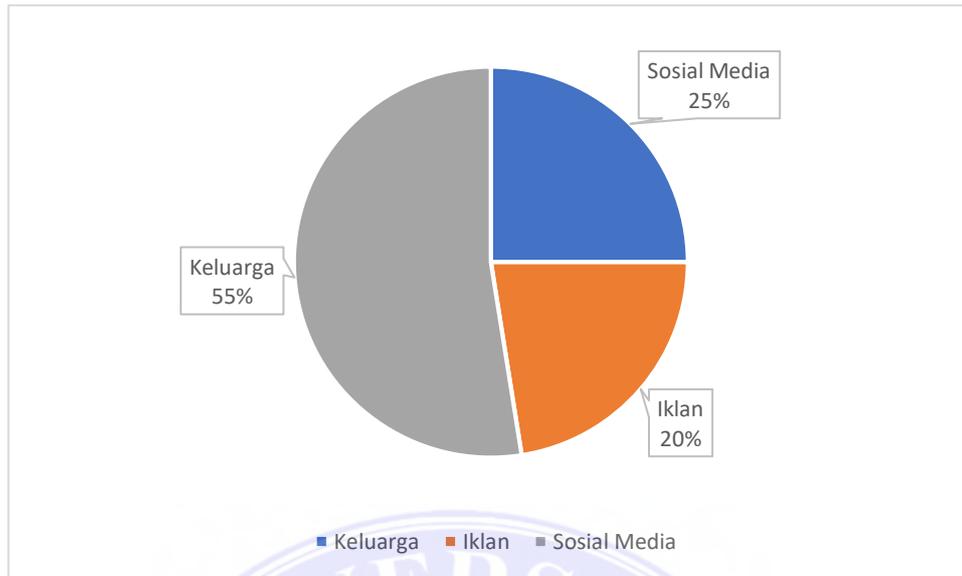
Sumber : Data Primer Diolah, 2024



Gambar 6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Merek

Sumber : Data Primer, 2024

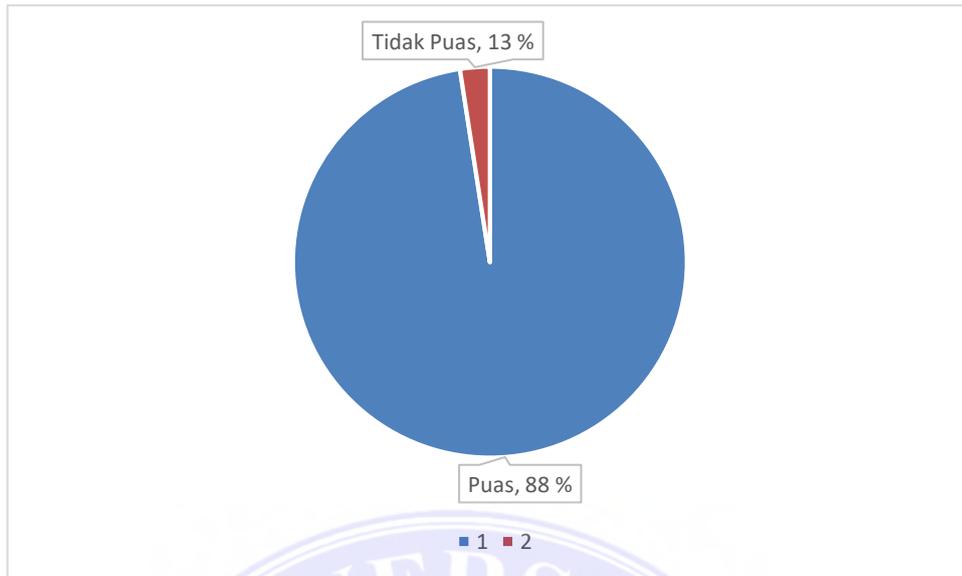
Berdasarkan gambar 5, terdapat tiga produk berbeda: Konyaku, Fukumi, dan Shensei. Dari hasil riset, konsumen paling banyak memilih merek Fukumi, dengan persentase mencapai 75% atau sebanyak 30 konsumen, sedangkan merek Konyaku hanya dipilih oleh 12% atau sebanyak 5 konsumen. Hal ini mungkin disebabkan oleh keberadaan promosi atau penawaran menarik dari merek Fukumi di Brastagi Supermarket, khususnya di bagian beras porang, yang meningkatkan penjualannya. Beras fukumi mempunyai sales beras porang yang dapat memberi bantuan pengetahuan dan informasi kepada calon konsumen yang mau membeli beras porang dan ketika sering melakukan pembelian beras porang akan di berikan hadiah seperti sendok, mangkok, dll. Tentunya dengan malakukan promosi ini produsen lebih dekat dengan konsumen yang akibatnya konsumen lebih mengenal tentang produk beras porang “fukumi”



Gambar 7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Informasi Beras Porang

Sumber : Data Primer, 2024

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa di penuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk (beras porang) , konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya. Berdasarkan gambar 6, dapat dilihat bahwa sumber informasi yang paling banyak mempengaruhi konsumen dalam pembelian beras porang adalah keluarga, dengan 22 orang (55%) mengandalkan keluarga sebagai sumber informasi. Sumber informasi berikutnya adalah sosial media, yang mempengaruhi 10 orang (25%) dari konsumen, dan iklan juga berperan sebagai sumber informasi bagi 8 orang lainnya (20%). Hal ini menunjukkan bahwa keluarga memiliki pengaruh terbesar dalam memperkenalkan beras porang kepada konsumen, Lalu oleh rekomendasi sosial media dan iklan.



Gambar 8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kepuasan Pembelian Beras Porang

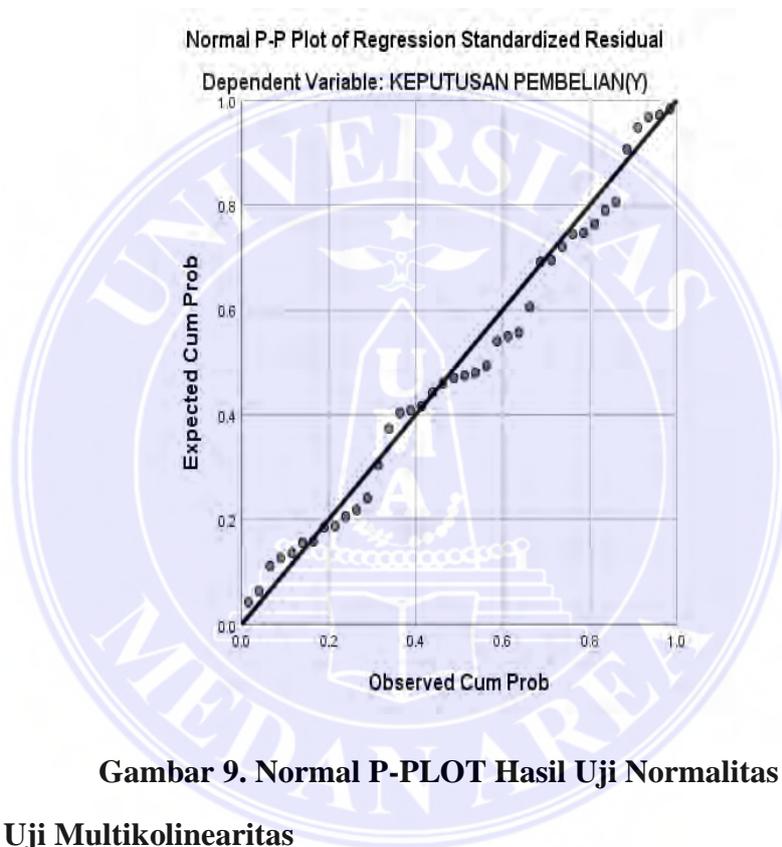
Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan informasi yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa dalam survei atau penilaian terkait kepuasan konsumen terhadap pembelian beras porang, sebagian besar konsumen merasa puas, dengan 88% menyatakan puas, sementara hanya 12% yang merasa tidak puas. Kepuasan Konsumen 88%. Sebagian besar konsumen (88%) merasa puas dengan produk beras porang yang mereka beli. Ini menunjukkan bahwa produk beras porang dapat memenuhi ekspektasi konsumen dalam aspek seperti kualitas, harga, kemudahan pembelian, atau pelayanan. Tidak Puas 12%: Sebagian kecil konsumen (12%) merasa tidak puas. Ada beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebabnya, seperti produk yang tidak sesuai harapan, harga yang dianggap terlalu tinggi, kesulitan dalam memperoleh produk, atau masalah lainnya. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan konsumen yang tinggi (88%) menunjukkan bahwa produk beras porang cukup diterima baik oleh pasar,

5.1.4 Uji Asumsi Klasik

5.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual dalam regresi memiliki distribusi normal. Cara uji normalitas dengan melihat grafik normal P Plot yang titik-titik nya menyebar di sekitaran garis diagonal. Berikut hasil uji normalitas dari data penelitian :



Gambar 9. Normal P-PLOT Hasil Uji Normalitas

5.1.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah ada korelasi variabel independen dalam regresi. Uji multikolinearitas dilakukan menggunakan Viriance Inflation Factor (VIF) yang dinyatakan sebagai berikut :

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients							
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant	5.632	4.620		1.219	.231		
Harga(X1)	-.216	.122	-.157	-1.767	.086	.957	1.045
Kualitas Produk (X2)	.931	.102	.805	9.128	.000	.965	1.036
Manfaat Kesehatan (X3)	.002	.078	.002	.026	.980	.901	1.109
Lokasi (X4)	-.312	.134	-.210	-2.320	.026	.915	1.093

Sumber : Olah Data SPSS

Dilihat dari tabel diatas bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Manfaat Kesehatan (X3), Lokasi (X4), memiliki nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 . Jadi dalam penelitian ini tidak terjadi hubungan multikolinearitas antara variabel independen.

5.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras porang di Brastagi Supermarket dalam penelitian ini dipengaruhi oleh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Manfaat Kesehatan (X3), Lokasi (X4) terhadap keputusan konsumen dapat dilakukan dengan uji regresi linear berganda. Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras porang secara signifikan di brastagi supermarket dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 18. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients							
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant	5.632	4.620		1.219	.231		
Harga(X1)	-.216	.122	-.157	-1.767	.086	.957	1.045
Kualitas Produk (X2)	.931	.102	.805	9.128	.000	.965	1.036
Manfaat Kesehatan (X3)	.002	.078	.002	.026	.980	.901	1.109
Lokasi (X4)	-.312	.134	-.210	-2.320	.026	.915	1.093

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Selain dari tabel diatas dapat di tuliskan persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 5.632 + (-0.216)X_1 + 0.931 X_2 + (0.002)X_3 + (-0.312)X_4$$

Keterangan =

Y = Keputusan Konsumen

a = Konstanta

^b1-^b5 = Koefisien Regresi

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

X3 = Manfaat Kesehatan

X4 = Lokasi

e = Error

Adapun Penjelasan Sebagai Berikut :

1. Nilai Konstanta (a) 5.632 dengan nilai positif dimana dapat di artikan sebagai pengaruh yang searah antara variabel bebas dan variabel terikat.

Hal ini menunjukkan apabila harga (X1), Kualitas Produk (X2), Manfaat

Kesehatan (X3), Lokasi (X4) bernilai 0, maka variabel keputusan konsumen (Y) bernilai 5.632.

2. Nilai koefisien regresi Harga (X1) -0,216, nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel harga (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Yang artinya adalah jika variabel harga beras porang mengalami kenaikan 1%, maka sebaliknya variabel keputusan pembelian beras porang akan mengalami penurunan sebesar 0,216 atau 21%. Begitu juga sebaliknya, jika variabel lain konstan dan variabel X₂ mengalami penurunan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan sebesar 15%.
3. Koefisien regresi Kualitas Produk (X2) 0.931, Jika nilai variabel lain konstan dan variabel X₂ mengalami kenaikan 1% maka variabel keputusan pembelian beras porang mengalami peningkatan sebesar 0,931 atau 93%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X₂ mengalami penurunan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan 93%.
4. Manfaat Kesehatan (X3) 0.002, artinya Jika nilai variabel lain konstan dan variabel X₃ mengalami kenaikan 1% maka variabel keputusan pembelian beras porang mengalami peningkatan 0.002. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X₃ mengalami penurunan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan 0.002.
5. Koefisien regresi Lokasi (X4) -0.312, nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antar variabel lokasi (X4) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Yang artinya adalah jika variabel harga

beras porang mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel keputusan pembelian beras porang akan mengalami penurunan sebesar 0.312 atau 31%. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya di anggap tetap.

5.1.6 Uji Hipotesis

5.1.6.1 Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan digunakan untuk menentukan apakah pengaruh independen terhadap variabel dependen secara signifikan. H_0 , atau variabel independen, diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$. keduanya tidak berdampak pada variabel dependen (tidak signifikan), atau perubahan pada variabel terikat tidak dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel independen dalam Studi ini maka akan dilakukan dengan nilai signifikansi 5% ($\alpha = 0,05\%$).

Tabel 19. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Regression	153.990	4	38.498	24.505	.000 ^b
Residual	54.985	35	1.571		
Total	208.975	39			

Sumber : Olah Data SPSS

Dari hasil Uji F pada tabel diatas, diketahui nilai F_{hitung} sebesar 24,505 > F_{tabel} 2,64 atau nilai Sig.F (0,000) < α 0,05 artinya nilai regresi adalah signifikan . hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena nilai signifikan 0,000 < dari 0,05 maka variabel Harga (X1), kualitas Produk (X2), Kualitas Produk(X3), Lokasi (X4) dan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket.

5.1.6.2 Uji Parsial (Uji-T)

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat dijelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka dapat menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel dependen secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen. Uji T digunakan untuk membuat keputusan untuk mengetahui apakah hipotesis terbukti atau tidaknya. Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan nilai signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 20. Uji Parsial (Uji-T)

Model	Coefficient						
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant	5.632	4.620		1.219	.231		
Harga(X1)	-.216	.122	-.157	-1.767	.086	.957	1.045
Kualitas Produk (X2)	.931	.102	.805	9.128	.000	.965	1.036
Manfaat Kesehatan (X3)	.002	.078	.002	.026	.980	.901	1.109
Lokasi (X4)	-.312	.134	-.210	-2.320	.026	.915	1.093

1. Variabel Harga (X_1) memiliki T_{hitung} -1,767, artinya bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu -1,767 > 1,690. Dilihat dari nilai signifikan variabel X_1 sebesar 0,86 artinya bahwa $0,086 > 0,05$. Yang artinya harga berpengaruh negatif dan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang
2. Variabel Kualitas Produk (X_2) memiliki T_{hitung} 9,128, artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $9,128 > 1,690$. Dilihat dari nilai signifikan variabel X_2 sebesar 0,000

artinya bahwa $0,000 < 0,05$. menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.

3. Variabel Manfaat Kesehatan(X_3) memiliki T_{hitung} 0,026, artinya bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $0,026 < 1,690$. Dilihat dari nilai signifikan variabel X_3 sebesar 0,980 artinya bahwa $0,980 > 0,05$.menunjukkan bahwa variabel manfaat kesehatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.
4. Variabel Lokasi (X_4) memiliki T_{hitung} -2,320, artinya $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $-2,320 < 1,690$. Dilihat dari nilai signifikan variabel X_4 sebesar 0,026 artinya bahwa $0,026 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh negatif negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang

5.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien derterminasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut merupakan hasil tabel koefisien determinasi :

Tabel 21. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.858	0.737	0.707	1.253

Sumber : Output Data SPSS,2024

Pada Tabel 21 diatas, dapat di ketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R^2 sebesar 0,743, yang artinya keputusan pembelian beras porang mampu di jelaskan oleh variabel harga, kualitas produk,manfaat kesehatan, lokasi sebesar 70%, sedangkan sisanya 30 % dijelaskan oleh faktor faktor lain selain variabel yang sudah di teliti.

5.2 Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Beras Porang

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk membayar dan mendapatkan Beras porang yang akan dibeli pada pasar modern Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil penelitian dari nilai T_{hitung} variabel Harga (X_1) - 1,767 dimana lebih kecil dari T_{tabel} dengan nilai 1,690 dengan nilai signifikan $0,086 > 0,05$. Artinya ialah ketika harga beras porang turun sebesar satu satuan maka akan terjadi kenaikan pembelian terhadap beras porang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyatakan bahwa harga adalah penukaran harga dengan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang kemudian seseorang dapat merasakan manfaatnya.

Dalam memilih harga produk, konsumen akan selektif dengan berbagai macam pertimbangan untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan daya beli dan manfaat yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan item pernyataan pada kusioner yang dimana konsumen akan membeli beras porang ketika harga beras porang tersebut terjangkau atau sesuai dengan uang yang dimiliki dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Shania, dkk (2021) yang dimana terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Penelitian yang berbeda yang dilakukan oleh Habibah & Darmanto (2019) menunjukkan hal yang sama yaitu harga secara parsial dan secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Beras Porang di Brastagi Supermarket

Kualitas menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil penelitian dari nilai T_{hitung} variabel Kualitas (X_2) 9,128 dan nilai T_{tabel} 1,767 artinya X_2 dengan nilai $9,128 > 1,767$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas beras porang yang dijual maka semakin meningkat daya beli konsumen. Variabel kualitas beras porang yang dimaksud dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam item pertanyaan dalam kusioner yaitu beras porang ,salah satu kualitas produk beras porang dalam penyajian yang tidak butuh lama hanya 10-15 menit. Hal tersebut merupakan kualitas produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian beras porang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan strategi potensial untuk dan meningkatkan keputusan pembelian mengalahkan pesaing. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiarna, yossie, dan Ana (2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.

3. Pengaruh Manfaat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Porang

Manfaat Kesehatan menjadi variabel bebas dalam Keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil peneltiain dari nilai T_{hitung} variabel Pelayanan (X_3) 0,026 dan nilai T_{tabel} 1,767 artinya X_3 dengan nilai $0,026 < 1,767$ dengan nilai signifikan $0,980 > 0,05$. Hal ini disebabkan oleh

manfaat kesehatan yang berkualitas tinggi sehingga menghasilkan kepuasan bagi konsumen yang akan berdampak pada pembelian yang lebih sering. Definisi manfaat kesehatan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjipto, 2006).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohman dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara manfaat kesehatan terhadap pelanggan. Indikator dalam variabel manfaat kesehatan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Porang

Lokasi menjadi variabel bebas dalam keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil penelitian dari nilai T_{hitung} variabel Lokasi (X_4) -2,320 dan nilai T_{tabel} 1,767 artinya X_5 dengan nilai $-2,320 < 1,689$ dengan nilai signifikan $0,026 < 0,05$. Hal ini disebabkan oleh lokasi Brastagi supermarket kurang yang strategis yang menyebabkan macet di pintu parkir, perlunya peluasan lahan sehingga membuat keputusan konsumen dalam keputusan pembelian untuk berbelanja beras porang di Brastagi Supermarket. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh heni safitri (2017) dimana penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan yang diberikan variabel lokasi terhadap keputusan pembelian.

VI . KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras porang,maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen yang membeli beras porang adalah perempuan (90%),rentang usia 50-59 tahun (40%) ,dengan tingkat pendapatan Rp.3.000.000- 3.900.000 (55%) dan jenis pekerjaan adalah Pegawai negeri/BUMN (55%). Frekuensi pembelian beras porang 2 kali dalam sebulan di brastagi supermarket dan jenis beras porang yang sering di beli adalah Beras fukumi.
2. Faktor-faktor keputusan pembelian beras porang secara variabel kualitas produk,variabel lokasi dan tidak signifikan adalah variabel harga dan variabel manfaat kesehatan tidak berpengaruh signifikan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan oleh peneliti , maka peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Dengan di ketahuinya karakteristik konsumen yang melakukan pembelian beras porang di brastagi supermarket di Kota Medan, sebaiknya strategi pemasaran dengan karakteristik konsumen yaitu perempuan, rentang 50-59 tahun dengan tingkat pendapatan Rp. 3.000.000-3.900.000 dan jenis pekerjaan Pegawai negri /BUMN . Jenis beras porang yang sering di beli adalah Fukumi sehingga target penjualan dapat tercapai.

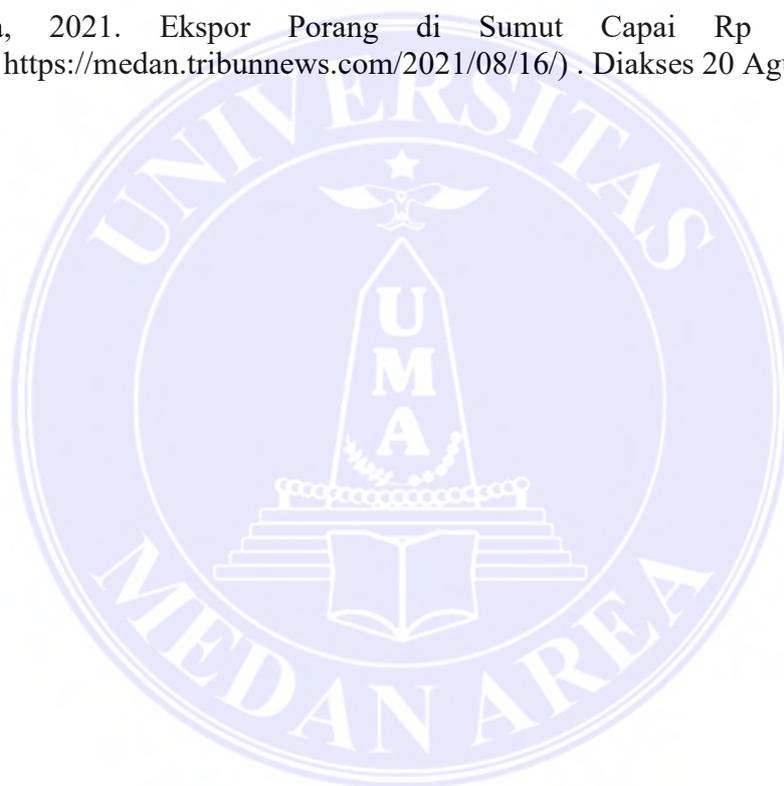
2. Dengan signifikan variabel kualitas produk,,lokasi terhadap keputusan pembelian beras porang di brastagi supermarket gatot subroto di harapkan agar penjual beras porang di brastagi buah tetap mempertahankan faktor faktor tersebut agar selalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras porang.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Choirul. 2020. *Obesitas Ada Di Urutan Kelima Penyebab Kematian, Berikut Langkah Praktis Mengatasinya*. <https://www.tribunnews.com/Kesehatan/2020/07/01/Obesitas-Ada-DiUrutan-Ke-lima-Penyebab-Kematian-Berikut-Langkah-PraktisMengatasinya>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023
- Azis, W. A., Muriman, L. Y., & Burhan, S. R. 2020. *Hubungan Tingkat Pengetahuan Dengan Gaya Hidup Penderita Diabetes Mellitus*. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 2(1), 105–114. <https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/view/52>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023.
- Sugiyono, D. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung. https://digilib.unigres.ac.id/index.php/index.php?p=show_detail&id=966&ke_yw_ords=. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022.
- Suhendra., Dhani, A. 2017. *Beras, Beras Merah Yang Sarat Serat Versus Putih*. Tirta. <https://Tirto.Id/Beras-Merah-Yang-Sarat-Serat-Versus-Beras-PutihChim>. . Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022.
- Supranto. 2010. *Analisis Multivariat Arti Dan Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryani. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sutriningsih, A., & Ariani, N. L. 2017. *Efektivitas Umbi Porang (Amorphophallus Oncophyllus) Terhadap Penurunan Kadar Glukosa Darah Penderita Diabetes Mellitus*. *Care: Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan*, 5(1), 45–58. <http://repository.unitri.ac.id/1560/>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2022.
- Wahyuni, K. I., Rohmah, M. K., Ambari, Y., & Romadhon, B. K. 2020. *Pemanfaatan Umbi Porang (Amorphophallus Muelleri Bl) Sebagai Bahan Baku Keripik*. *Jurnal Karinov*, 3(1), 1–4. <https://core.ac.uk/download/pdf/287323869.pdf>. Diakses pada tanggal 23 Oktober 2022.
- Yasa, P. A., Suciptawati, N. L. P., & Susilawati, M. 2017. *Implementasi Analisis Faktor Dalam Menganalisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan (Studi Kasus : Lpd Sidakarya)*. *E-Journal Matematika*, 6(2), 152–160. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/mtk/article/view/30827/18979>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2023.
- Yasin, I. 2021. *Sosialisasi Budidaya Tanaman Porang Di Lahan Kosong Pada Masyarakat Dan Petani Di Kecamatan Praya Barat Lombok Tengah*. *Jurnal Siar Ilmuwan Tani*, 2(1), 70–77. <http://siarilmuwantani.unram.ac.id/index.php/jsit/article/view/30>. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022.

- Yusuf, Y., Amrullah, A., & Tenriawaru, A. N. 2018. *Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar (Cunsomer Behavior On Purchasing Rice In Makassar City)*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 14(2), 105–120. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13962>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2022
- Dewanto, J. dan B. H. Purnomo. 2009. Pembuatan Konyaku dari Umbi Iles- iles (*Amorphophallus oncophyllus*). [Tugas Akhir]. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Fauziyah, E. (2004). Strategi Pengembangan Porang (*Amorphopallus muelleri* Blume) sebagai Komoditi Penyusun Hutan Kemasyarakatan. Buletin Al-Basia 1(2): 59-64
- Kartika, 2021. Ekspor Porang di Sumut Capai Rp 3,85 Miliar, <https://medan.tribunnews.com/2021/08/16/> . Diakses 20 Agustus 2021.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

FAKTOR FAKTOR MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS PORANG (*Amorphophallus muelleri*) (Studi Kasus : Brastagi Supermarket, Gatot Subroto)

Saya mahasiswa S1 Program Studi Agrisbinis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang saat ini sedang menyelesaikan skripsi dengan judul: “ Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Beras Porang (*Amorphophallus muelleri*) di Brastagi Supermarket“.

Sehubung dengan hal tersebut, saya memohon bantuan dari Bapak/ibu dalam pengisian lembar angket ini secara lengkap dan jawaban atas pertanyaan akan dijaga kerahasiaannya, hanya untuk keperluan penelitian ini saja.

Demikian yang dapat saya sampaikan , atas perhatian , kerja sama dan bantuan Bapak/Ibu, berikan saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian :

Petunjuk pengisian : Beri Tanda X (untuk jawaban pilihan Anda)

I. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Perkerjaan saat ini ?
 - a. Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Lainnya...
7. Pendapatan Keluarga/bulan ?
 - a. Rp.3.000.000- Rp.3.900.000
 - b. Rp 1.000.000- Rp.1.900.000
 - c. Rp.2.000.000- Rp.2.900.000
 - d. >4.000.000
8. Mengapa bapak/i membeli beras porang ?
 - a. Kebutuhan (Kesehatan)
 - b. Diet
 - c. Rasa Penasaran
 - d. Lainnya...
9. Berapa kali anda membeli beras porang dalam sebulan ?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. Lainnya...

10. Tempat pembelian beras porang ?
 - a. Maju bersama
 - b. Hypermart
 - c. Brastagi supermarket
 - d. Lainnya
11. Diantara merek beras porang yang anda sukai ?
 - a. Fukumi b. Konyaku c. Shinsei d. Lainnya...
12. Hal apa yang ada pertimbangan dalam pembelian beras porang ?
 - a. Harga b. Manfaat c. Kualitas d. Lainnya...
13. Bagaimana bapak ibu mengetahui beras porang ?
 - a. Keluarga b. iklan c. sosial media d. lainnya
14. Seberapa sering bapak/I mengomsumsi beras porang?
 - a. Harian b. Mingguan c. Bulanan d. Lainnya ...
15. Apakah bapak/I pernah melihat iklan/ promosi tentang beras porang ?
 - a. YA b. Tidak
16. Apakah bapak/I puas dengan produk beras porang ?

Ya / Tidak
17. Memutuskan membeli setelah mengetahui informasi produk .
 - A. Benar B. Salah
18. Apakah anda melakukan pembelian berulang?
 - A. Ya B. Tidak
19. Bapak/i membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
 - A. Benar B. Salah

B. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Beras Porang

1. Petunjuk pengisian :

Beri tanda (√) pada alternatif jawaban yang telah yang di sediakan. Diharapkan semua pertanyaan tidak ada yang di kosong kan. Berikan jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara/I saat ini. Karena tida ada jawaban yang di anggap salah.

2. Alternatif Jawaban

Skor 1	=	Sangat Tidak Setuju(STS)
Skor 2	=	Tidak Setuju (TS)
Skor 3	=	Netral (N)
Skor 4	=	Setuju (S)
Skor 5	=	Sangat Setuju (ST)

NO	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
	Harga (X_1)	5	4	3	2	1
1	Harga beras porang yang di tawarkan terjangkau					
2	Harga beras porang yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk					
3	Harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian beras porang					
4	Harga beras porang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli beras porang					
5	Harga produk bervariasi					

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Produk (X₂)					
1	Kualitas beras porang dengan kondisi baik dan layak di konsumsi					
2	Memiliki daya tahan yang lama					
3	Kualitas beras porang sesuai dengan harga yang di tawarkan					
4	Saya membeli beras porang karna mengandung gizi yang baik					
5	Saya membeli produk beras porang atas dasar pertimbangan rasa					

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
	Manfaat Kesehatan (X₃)					
1	Saya mengkonsumsi beras porang karena baik untuk kesehatan					
2	Saya mengkonsumsi beras porang karena memiliki riwayat penyakit					
3	Saya mengkonsumsi beras porang untuk memenuhi keperluan diet					
4	Mengkonsumsi beras porang merupakan bagian dari gaya hidup saya					
5	Saya mengkonsumsi beras porang karena mengikuti tren masa kini					

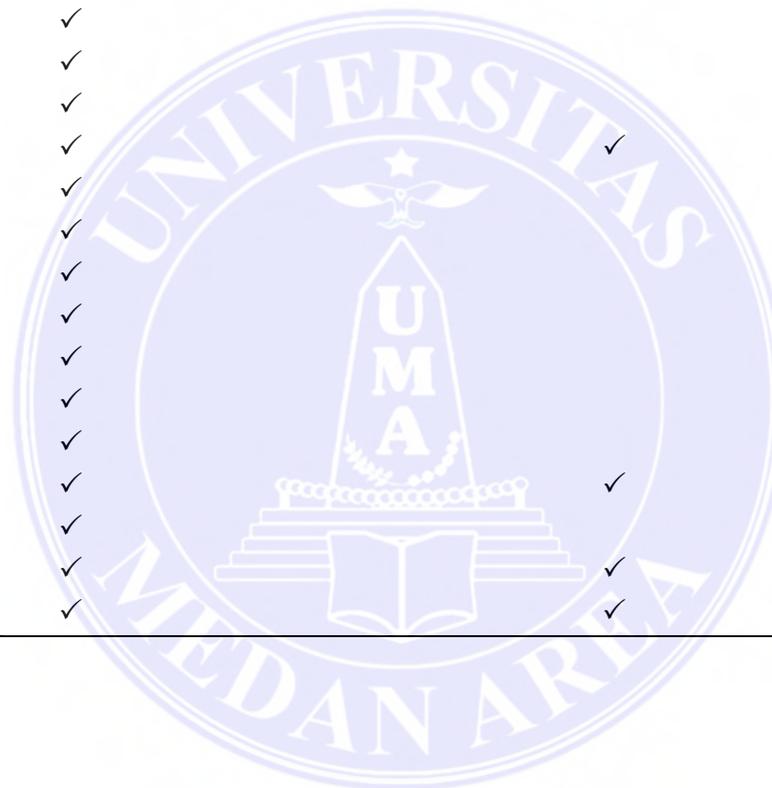
No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
	Lokasi (X₄)					
1	Menurut saya akses jalan menuju berastagi supermarket mudah diakses					
2	Lokasi brastagi supermarket sangat strategis dan mudah di jangkau					
3	Menurut saya brastagi supermarket memiliki tempat parkir yang nyaman dan memadai					
4	Menurut saya Brastagi supermarket berdiri di pusat kota sangat cocok menarik konsumen					

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
	Keputusan Pembelian (Y)					
1	Saya membeli beras porang setelah mendapatkan informasi yang cukup					
2	Saya membeli beras porang karena saya membutuhkannya dalam kehidupan sehari hari saya					
3	Saya merasa puas terhadap beras porang dan akan membelinya lagi					
4	Sulit nya saya menemukan beras porang di pasar sehingga mendorong minat saya untuk berbelanja di brastagi buah manhattan					

Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden

Nama Responden	Jenis Kelamin		Usia		
	Perempuan	Laki-Laki	31-40	41-50	>50
Philip O. Tarigan,A.Md		✓	✓		
Christina Eri. Y	✓				✓
Wiwiek	✓			✓	
Diana Sianipar	✓				✓
Dewi Ertina, SE	✓			✓	
Resty Elda Devita, SE	✓				✓
Samuel JP Simanjuntak		✓	✓		
Komala Sari	✓				✓
Ita Bangun	✓				✓
Herlina Flory C	✓			✓	
Indriyani	✓				✓
Nurma Situmorang, SE,M.Si	✓				✓
Rusni Nasution	✓			✓	
Anita Erlino Nora S	✓		✓		✓
Supriati	✓			✓	
Sefira	✓				✓
Sukiwi T Jong		✓			✓
Li liawati	✓			✓	
Tan Lisa	✓				✓
Masto Gkiklo S. SE		✓	✓		
Yanti Harahap, M.I	✓				✓

Rusmina Aritonang	✓		✓	
Utari	✓		✓	
Tan Nia	✓		✓	
Norma	✓	✓		
Lusiana	✓		✓	
Jumita	✓			✓
Herlina Sitompul	✓		✓	
Susila	✓	✓		
Amel	✓			✓
Surwani Saragih	✓		✓	
Sri Ratnawati	✓			✓
M.Br Girsang	✓			✓
Ralina Haloho	✓			✓
Dona	✓			✓
Dahlia	✓		✓	
Debora	✓	✓		
Mawar	✓		✓	
Lando	✓	✓		
Yose	✓	✓		



Lampiran 3. Hasil Persentase Karakteristik Konsumen

Umur	Jumlah	Persentase
31-40	12	30%
41-50	12	30%
>50	16	40%
Total	40	100%

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	36	90%
Laki Laki	4	10%
Total	40	100%

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri/BUMN	22	55%
Pegawai Swasta	4	10%
Wiraswasta/Pengusaha	6	15%
Lainnya	8	20%
Total	40	100%

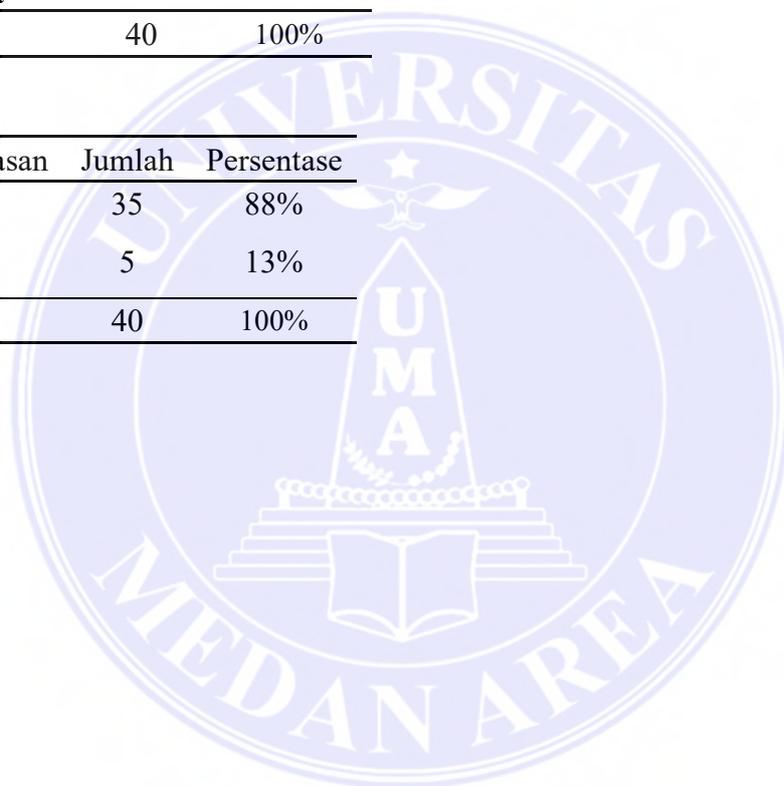
Frekuensi	Jumlah	Persentase
2 kali	26	65%
3 kali	8	20%
lebih dari 3	6	15%
Total	40	100%

Pendapatan	Jumlah	Persentase
3-4 Juta	22	55%
1-2 Juta	4	10%
2-3 Juta	8	20%
4 Juta	6	15%
Total	40	100%

Merek	Jumlah	Persentase
Fukumi	30	75%
Konyaku	5	13%
Shinsei	5	13%
Total	40	100%

Informasi	Jumlah	Persentase
Keluarga	10	25%
Iklan	9	23%
Sosial Media	21	53%
Total	40	100%

Kepuasan	Jumlah	Persentase
Puas	35	88%
Tidak Puas	5	13%
Total	40	100%



Lampiran 4. Skor Data Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

No Responden	HARGA (X1)					TOTAL	KUALITAS PRODUK (X2)					TOTAL	MANFAAT KESEHATAN (X3)					TOTAL	LOKASI (X4)				TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)				TOTAL
	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15		X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15		X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3.15		X4.11	X4.12	X4.13	X4.14		Y1.11	Y1.12	Y1.13	Y1.14	
1	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	3	21	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	20	3	3	5	3	14
2	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	4	21	5	2	2	2	2	13	5	4	5	5	19	4	3	4	4	15
3	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20	5	3	3	2	3	16	5	4	5	5	19	4	2	4	4	14
4	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	4	23	5	3	3	3	3	17	5	4	5	5	19	3	4	5	4	16
5	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	5	4	4	2	4	19	5	4	4	4	17	3	4	5	4	16
6	4	3	4	4	5	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	3	5	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
7	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	2	19	5	2	2	3	2	14	5	5	5	5	20	3	3	5	2	13
8	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	2	19	5	3	3	3	3	17	4	4	4	4	16	3	3	5	2	13
9	5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	3	21	5	4	4	2	4	19	4	5	5	4	18	3	3	5	3	14
10	5	3	4	5	5	22	4	4	4	4	2	18	5	4	4	2	4	19	4	5	4	5	18	3	3	4	2	12
11	5	4	5	5	4	23	4	3	5	5	4	21	5	4	4	3	4	20	4	4	4	4	16	4	3	5	4	16
12	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	2	18	5	4	4	3	4	20	5	3	5	4	17	2	2	4	2	10
13	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	2	18	5	4	4	3	4	20	5	2	5	4	16	3	2	4	2	11
14	5	4	3	5	5	22	5	5	5	5	4	24	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	20	3	4	5	4	16
15	4	3	4	4	5	20	4	4	4	4	2	18	4	5	5	2	5	21	4	4	4	4	16	3	3	4	2	12
16	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	3	19	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	20	3	3	4	3	13
17	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	3	21	4	5	5	3	5	22	4	4	5	5	18	4	3	5	3	15
18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	2	18	4	5	5	3	5	22	5	5	5	5	20	3	3	4	2	12
19	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	3	21	5	4	4	3	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	5	4	3	4	16	3	3	4	3	13
21	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	5	24	5	3	4	4	16	5	4	5	4	18
22	5	5	3	5	4	22	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	5	24	4	3	3	4	14	4	4	5	4	17
23	5	4	3	5	4	21	5	4	4	5	4	22	5	3	3	5	3	19	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19
24	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	5	22	5	3	3	4	3	18	5	4	4	4	17	3	3	5	5	16
25	5	4	4	5	4	22	4	3	3	4	4	18	5	3	3	4	3	18	4	3	4	5	16	4	3	4	4	15
26	4	5	3	4	5	21	4	4	4	5	5	22	4	2	2	4	2	14	4	4	4	5	17	3	3	5	5	16
27	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	5	3	3	4	3	18	4	4	5	17	4	4	4	4	16	
28	5	5	3	5	4	22	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17	2	3	5	5	15
29	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	20	2	3	4	4	13
30	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	19	2	3	5	4	14
31	5	3	3	5	4	20	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	17	4	5	5	4	18
32	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	18	3	3	5	5	16
33	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
34	5	5	3	5	5	23	5	4	5	4	5	23	5	3	3	5	3	19	4	4	3	5	16	3	5	4	5	17
35	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
36	4	3	3	4	4	18	5	4	5	5	5	24	4	3	3	4	3	17	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
37	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	5	24	5	3	3	4	3	18	5	4	4	5	18	3	3	5	5	16
38	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
39	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	3	3	5	5	16
40	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	22	5	3	3	4	3	18	4	4	4	5	17	3	3	5	4	15

Lampiran 5. Surat Pengantar dan Surat selesai Riset

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolang Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Sefitabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2851/FP.2/01.10/X/2024
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset
Medan, 14 Oktober 2024

Kepada yth.
Pimpinan Brastagi Supermarket
Medan, Sumatera Utara
di
Tempat

Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Gelael Pranata Saragih
NIM : 208220039
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Brastagi Supermarket, Medan untuk kepentingan skripsi berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Beras Porang (*Amorphophallus muelleri*) di Kota Medan**".

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.


Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

Tembusan:
1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi Penelitian dengan Bapak HRD Brastagi Supermarket



Dokumentasi Penelitian dengan Pembeli Beras Porang



Dokumentasi Penelitian dengan Pembeli Beras Porang





Dokumentasi Penelitian Gambar Prouduk Beras Fukumi, Konyaku, Shenzei

