



ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI BERAS PREMIUM DAN NON PREMIUM DI KOTA BATURAJA KABUPATEN OKU

Oleh

Anthony Purawijaya^{*1}, Yunita Sari², Fifian Permata Sari³

^{1,2,3}Magister Ekonomi Pertanian, Pascasarjana Universitas Baturaja, Baturaja
;Jln. HOS Cokroaminoto Baturaja

E-mail: ^{*1}antonpurawijaya123@gmail.com, ²yunitaubr1@yahoo.com,

³fifianpermatasari@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze consumer decisions in purchasing premium and non-premium rice in Baturaja city. The research method used is a random chance method where consumers who buy premium and non-premium rice are used as samples for analysis. The sampling method used is proportional stratified random sampling with 30 samples of consumers who buy premium rice and 30 samples of consumers who buy conventional or non-premium rice. The results of the study analyzed using logit analysis showed that the variables of premium rice price (X1), rice quality (X2) and rice consumption experience (X2) have a significant effect on the purchase of premium rice by consumers.

Keywords: Logit Analysis, Premium Rice, Consumer Decision

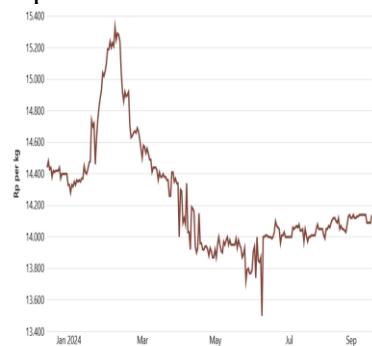
PENDAHULUAN

Beras merupakan komoditas terpenting di Indonesia. Mayoritas penduduk Indonesia mengonsumsi beras sebagai makanan pokok utama. Masyarakat Indonesia memiliki ketergantungan yang tinggi dalam mengonsumsi beras karena merupakan sumber energi maupun nutrisi yang lebih baik dibandingkan dengan jenis makanan pokok lainnya (Badan Pusat Statistik, 2022). Kebiasaan masyarakat mengonsumi beras telah menjadi budaya sehingga menyebabkan masyarakat sulit untuk menjadikan bahan makanan pokok selain beras (Sundari,A., & Aryani,D 2019). Dalam kehidupan sehari-hari sering ditemukan beragam produk khususnya beras di pasaran. Beragamnya variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen oleh produsen atau perusahaan dapat meningkatkan keleluasaan konsumen dalam memilih beras yang diinginkannya, meskipun keragaman ini pun dapat dengan mudah menggiring konsumen untuk beralih dari satu produk ke produk lainnya sesuai selera (Rahayu &

Febraty, 2019). Dari alasan konsumsi tersebut dapat disimpulkan bahwa daya tarik produk bagi konsumen terletak pada unsur-unsur yang terkandung dalam produk beras atau pada karakteristik produk, sehingga keunikan dan keunggulan karakteristik produk itu sendiri menjadikan suatu daya tarik bagi konsumen memilih untuk memutuskan apakah menerima atau menolak produk tersebut (Yulfira, et al, 2018).

Beras Premium di Indonesia pada tahun 2020-2024 mengalami peningkatan sebesar 3,92 persen untuk pegguna atau konsumsi beras premium. Dalam kehidupan sehari-hari, kita sering menemukan produk khususnya beras di pasar. Beragamnya variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen oleh produsen atau perusahaan dapat meningkatkan keleluasaan konsumen dalam memilih beras yang diinginkannya, meskipun keragaman ini pun dapat dengan mudah menggiring konsumen untuk beralih dari satu produk ke produk lainnya sesuai selera. Dari alasan

konsumsi tersebut dapat disimpulkan bahwa daya tarik produk bagi konsumen terletak pada unsur-unsur yang terkandung dalam produk beras atau pada karakteristik produk, sehingga keunikan dan keunggulan karakteristik produk itu sendiri menjadikan suatu daya tarik bagi konsumen untuk memilih untuk memutuskan produk (Haryanto dalam Yulfira 2018). Namun, salah satu yang menjadi faktor kendala konsumen untuk membeli beras premium adalah harga, berikut tren harga beras premium di Sumatera Selatan Periode Januari 2024 - September 2024:



Gambar 1. Tren harga beras premium Sumsel

Berdasarkan Gambar 1.1 kenaikan harga beras di Sumatera Selatan terdapat pada bulan Maret. Namun pada bulan september sudah mulai stabil. Kenaikan harga beras premium tidak membuat konsumen untuk mengurangi minat dalam membelinya. Beras premium sudah banyak dijual di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu Provinsi Sumatera Selatan. Meningkatnya penjualan beras premium menunjukkan adanya perubahan tingkat pendapatan dan pendidikan yang mendorong perubahan preferensi konsumen terhadap produk. Konsumen memiliki perubahan pola konsumsi beras, yaitu lebih memilih beras berkualitas tinggi. Beras premium memiliki kelebihan dan kekurangan, dimana kelebihannya yaitu beras premium menghasilkan nasi yang pulen dan wangi, diproses dengan teknologi canggih, terdapat beberapa pilihan jenis beras, tersedia di toko online. Sementara kekurangannya adalah tidak

tersedia dalam bentuk per kilo atau per liter, dan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan beras biasa (Bahari dan Taridala, 2015).

Konsumen di Kota Baturaja yang memilih beras premium dibandingkan non-premium biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu pertama beras premium seringkali memiliki kualitas yang lebih baik dan rasa yang lebih enak. Tekstur yang lebih lembut, aroma yang harum, dan tampilan yang lebih menarik menjadi daya tarik utama. Kedua, keamanan dan kebersihan: Beras premium cenderung diproses dengan standar kebersihan dan keamanan yang lebih tinggi. Konsumen yang peduli dengan kesehatan dan keamanan makanan cenderung memilih beras premium. Ketiga, Membeli beras premium bisa menjadi simbol status sosial. Konsumen mungkin memilih beras premium untuk menunjukkan status atau sebagai bentuk prestise di lingkungan sosial mereka. Keempat, Promosi yang kuat dan pemasaran yang efektif oleh produsen beras premium dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Label yang menarik, klaim kualitas superior, dan iklan yang meyakinkan bisa menjadi faktor penting. Dan yang kelima, Pengalaman pribadi dan kebiasaan keluarga juga memengaruhi pilihan konsumen. Jika konsumen telah terbiasa dengan beras premium sejak lama, mereka cenderung tetap memilih beras jenis ini.

Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen tidak hanya didasarkan pada aspek ekonomis, tetapi juga melibatkan pertimbangan kualitas, kesehatan, status sosial, dan pengalaman pribadi. Berdasarkan latar belakang diatas maka menarik untuk diteliti lebih lanjut tentang analisis keputusan konsumen dalam membeli beras premium dan non premium di Kota Baturaja Kabupaten OKU.

LANDASAN TEORI

Beras (*Oryza sativa*) merupakan sumber karbohidrat yang paling sering dikonsumsi masyarakat, meskipun Indonesia kaya sumber

karbohidrat seperti singkong, jagung, talas, umbi-umbian lainnya (Budjianto & Yuliyanti, 2012). Beras diklifikasikan berdasarkan jenisnya menjadi beras putih, beras merah, dan beras ketan. Beras putih adalah beras yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia. Jenis beras ini memiliki rasa cenderung lebih manis dibandingkan jenis beras lainnya. Oleh karena itu kandungan gula pada beras putih juga cenderung tinggi. Terlalu banyak mengkonsumsi beras mengakibatkan diabetes tipe 2 dan penyakit jantung (Sayurbox, 2022).

Beras putih adalah jenis beras yang bagian sekam, kulit dan juga benihnya terlepas makanya memiliki kandungan serat yang lebih sedikit begitu juga kandungan protein, antioksidan sampai vitamin dan mineral lainnya. Mengonsumsi nasi dari beras putih cenderung lebih cepat mengenyangkan dibandingkan dengan jenis beras lainnya. Beras mengandung nilai gizi lebih baik dibandingkan makanan pokok lainnya. Setiap 100 gr beras giling mengandung energi 360 Kkal dan 6,3 gr protein. Namun, kandungan serat dan gizinya termasuk paling rendah dibandingkan dengan jenis beras lainnya (Riyanto et al., 2013)

Beras di Indonesia dibagi menjadi tiga jenis yaitu beras kelas premium, beras kelas medium, dan beras kelas khusus. Beras medium merupakan beras yang lebih banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia dibandingkan dengan beras premium dan beras khusus. Ciri-ciri beras medium yaitu: 1) Beras medium yaitu beras yang memiliki derajat sosoh (minimal) 95 % 2) Kadar air (maksimal) 3) Beras kepala (minimal) 75 % 4) Butir patah (maksimal) 25% 5) Total butiran beras lainnya (maksimal) terdiri dari butir manir, merah, kuning/rusak kapur 6) Butir gabah (maksimal) 1 butir/100 g 7) Benda lainnya (maksimal) 0,05%. Beras medium memiliki warna yang lebih semu atau lebih buram, jika dibandingkan dengan beras premium. Pada beras medium, akan kerap ditemukan bulir beras yang tercampur dengan kotoran seperti batu atau gabah sementara di beras premium tidak

ditemukan. Beras premium memiliki tampilan nasi lebih pulen dan rasanya lebih nikmat di bandingkan beras medium. Dari karakternya, sebetulnya beras medium yang lebih murah dari premium ini lebih bergizi (Qothrunnada, 2022).

Beras substitusi disini yang maksud adalah beras curah. Beras curah merupakan suatu komoditi tidak sedikit dijadikan sebagai objek bagi pedagang di pasar tradisional. Beras curah campuran antara kualitas beras satu dengan kualitas beras yang lain. Agar beras yang kualitasnya kurang bagus atau jelek laku terjual. Beras curah yaitu beras yang tidak dalam kemasan atau dikemas langsung di hadapan konsumen dan konsumen dapat melihat secara langsung pengemasannya. Beras curah tidak terdapat tanda kadar luasanya dan dijual baik dalam ukuran kilogram maupun liter dengan kisaran harga Rp.9.000-, sampai 10.000-, (kg). Beras curah kualitasnya kurang baik. Biasanya warnanya lebih gelap beras patah, terkadang ada kutu, menir, kuning atau rusak, benda asing dan butir gabahnya banyak. Testur beras curah kurang baik dan tidak ada aromanya (Borneonews, 2019)

Beras premium merupakan beras bermutu bagus dengan kondisi kadar air maksimal 12 %, derejat sosoh minimum 100 %, beras kepala minimal 95 %, butir patah maksimal 5 %, butir menir maksimal 0%, dan benda asing lainnya maksimal 0 %. Beras premium adalah beras tidak bau, tidak ada insekta, bersih, dan tidak ada benda asing lainnya. Beras premium menyimpan kadar gizi yang baik seperti mineral, vitamin, karbohidrat dan protein. Beras premium pada saat dimasak bisa menyerap air dengan baik dan saat dikonsumsi beras premium terasa pulen (Pratiwi, 2022).

Beras khusus adalah beras yang memiliki sifat atau karakteristik tertentu. Beras khusus adalah beras kesehatan, beras indikasi geografis, beras organik dan beras yang tidak bisa diproduksi di dalam negeri. Pengecualian beras ketan, beras merah, dan beras hitam disebabkan standar mutu fisik beras tidak

mempengaruhi kualitasnya sehingga, ketiga jenis beras itu boleh dijual dalam bentuk curah tanpa kemasan. Ada juga beras coklat yang dikaji, untuk dimasukkan dalam katagori beras khusus. Beras khusus yang diedarkan wajib dalam bentuk kemasan dan mencantumkan keterangan asal, keamanan, mutu dan keterangan lainnya yang diperlukan pada kemasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Alfi, 2019).

Kebijakan harga komoditas pertanian merupakan salah satu kebijakan pembangunan dan pengembangan sektor pertanian di Indonesia. Pada umumnya, kebijakan harga komoditas pertanian ditujukan untuk melindungi produsen, namun dalam implementasinya, kebijakan harga juga ditujukan untuk melindungi konsumen yang didukung dengan program stabilisasi harga. Hingga saat ini, setidaknya terdapat beberapa kebijakan harga untuk beberapa komoditas pertanian yaitu beras, gula, kedelai, daging sapi, dan bawang. Tujuan menetapkan harga hasil pertanian Pada dasarnya pemerintah terlibat dalam menentukan harga hasil pertanian adalah ingin meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya maupun keadilan dalam distribusi pendapatan dalam menentukan berapa banyak barang yang dibeli oleh individu dan mereka hanya mempertimbangkan manfaat yang diperoleh secara pribadi, sehingga kesempatan barang tersebut yang tersedia di pasar sangat kecil. Keterlibatan pemerintah dalam menetapkan harga bertujuan agar pasar bekerja lebih baik, memperbaiki arus informasi dan mengurangi unsurunsur monopoli.

Jenis-jenis hasil pertanian dan harga acuannya Menurut peraturan presiden nomor 71 tahun 2015 pasal 2 ayat 6 pemerintah pusat menetapkan jenis barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting yaitu termasuk beras, kedelai, bawang merah, gula, minyak goreng, daging sapi, daging ayam ras, dan telur ayam ras.5 Kemudian kementerian perdagangan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 27/M-DAG/PER/5/20017 tentang

Penetapan Harga acuan Pembelian di petani dan harga acuan penjualan konsumen. Menteri perdagangan mengatakan kebijakan ini dilakukan untuk menjamin kesediaan, stabilitas, dan kepastian harga barang kebutuhan pokok.6 Peraturan Menteri Perdagangan tentang penetapan harga acuan pembelian dipetani dan harga acuan dikonsumen sebagaimana yang tertulis pada Pasal 1 Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

- 1) Harga Acuan Pembelian di Petani adalah harga pembelian di tingkat petani yang ditetapkan oleh Menteri dengan mempertimbangkan struktur biaya yang wajar mencakup antara lain biaya produksi, biaya distribusi, keuntungan, dan/atau biaya lain.
- 2) Harga Acuan Penjualan di Konsumen adalah harga penjualan di tingkat konsumen yang ditetapkan oleh Menteri dengan mempertimbangkan struktur biaya yang wajar mencakup antara lain biaya produksi, biaya distribusi, keuntungan, dan/atau biaya lain.
- 3) Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan7

Cara pedagang pasar menetapkan harga a. Metode penetapan Harga berbasis Permintaan Merupakan suatu metode yang menekankan pada berbagai faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi konsumen dari pada faktor-faktor seperti biaya, laba dan persaingan. Permintaan konsumen sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, yaitu: 1) Kemampuan para konsumen untuk membeli (daya beli). 2) Kemauan konsumen untuk membeli. 3) Posisi suatu produk dalam gaya hidup konsumen, yaitu menyangkut apakah produk yang bersangkutan tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari '4) Sifat persaingan non harga. 5) Segmen-segmen dalam pasar. b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya Dalam metode ini faktor penentu harga yang paling utama ialah aspek penewaran biaya bukannya aspek permintaan. Harga akan ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran produk yang

ditambah dengan jumlah tertentu sehingga bisa menutupi biaya-biaya langsung. c. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba Metode ini berusaha menyeimbangkan biaya pendapatan dalam penetapan harganya.¹¹ 1) Penentuan harga yang didasarkan pada biaya a) Cost-plus pricing method Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan(margin) pada unit tersebut. Berikut rumusnya: biaya total+margin=harga jual b) Mark-up pricing method Metode ini banyak digunakan oleh pedagang. Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jual setelah menambah harga beli dengan sejumlah mark-up. Berikut rumusnya: harga beli+mark up=harga jual Mark up ini merupakan kelebihan harga jual diatas harga belinya. c) Analisa break-even Sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya.

Dalam metode ini akan mendapatkan laba bilamana penjualan yang akan dicapai beradadi atas titik break even maka produsen akan merugi d) Analisa Marjinal Dalam analisis marjinal, harga ditentukan atas dasar keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Untuk mendapatkan laba maksimum, penjual/produsen dapat menentukan harga per unit dimana permintaan per unit seimbang dengan biaya per unitnya. d. Penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar antara lain :

1) Penetapan harga sama dengan saingan 26 Sering dijumpai adanya penjual yang menetapkan harga sama dengan harga saingan. Cara seperti ini akan lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga persaingan tinggi.

2) Penetapan harga dibawah saingan Metode ini digunakan oleh para pengecer dan perusahaan sering tidak mengetahui adanya praktek-praktek tersebut. Mereka mempunyai prinsip bahwa mark-up yang lebih rendah akan menghasilkan penjualan lebih tinggi.

3) Penetapan harga diatas harga saingan Terkadang produsen dan pengecer menetapkan harga produkya diatas harga pasar. Metode ini digunakan kerena konsemen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode acak kebetulan dimana semua konsumen yang membeli beras premium dan non premium pada saat pengambilan sampel diambil sebagai sampel. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode acak berlapis berimbang (proportionated stratified random sampling) dimana konsumen dibagi ke dalam 2 strata atau 2 lapisan, yang membeli beras premium sebanyak 30 orang dan membeli beras konvensional atau non premium sebanyak 30 orang sehingga total sampel adalah sebanyak 60 orang.

Metode analisis data menggunakan metode logit dimana :

$$\text{Log} \left(\frac{Y}{1-Y} \right) = b_0 + b_1 \text{Log}X_1 + b_2 \text{Log}X_2 + b_3 \text{Log}X_3 + b_4 \text{Log}X_4 + \dots + e$$

Keterangan :

b_i = Koefisien persamaan regresi atau parameter regresi (untuk $i = 1,2,\dots,k$)

X_i = Variabel bebas (untuk $i = 1,2,\dots,k$)

e = Error atau gangguan dalam persamaan

Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas, sehingga formulasinya dapat dituliskan sebagai berikut:

Y = Keputusan membeli beras premium (1), Keputusan membeli beras non premium (0)

b_0 = Konstanta

b_1 = Koefisien persamaan regresi atau parameter regresi (untuk $i = 1,2,3,4,5$)

X_1 = Harga (Rp/Kg)

X_2 = Kualitas (Pulen ; 1 / Tidak Pulen ; 2)

X_3 = Pengalaman (di pasar tradisional (1), supermarket (2), toko kelontong (3), atau melalui platform online (4))

X_4 = Pendapatan (Rp/Bulan)

Guna menguji apakah keseluruhan variabel independen memberikan pengaruh pada variabel dependen digunakan uji F dengan formulasi sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{Kuadran Tengah Regresi}}{\text{Kuadran Tengah Sisa}}$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}} (\alpha = 0.05)$, maka menerima H_0 , berarti keseluruhan variabel independen tidak memberikan pengaruh pada keputusan (variabel dependen).
- $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} (\alpha = 0.05)$, maka menolak H_0 , berarti keseluruhan variabel independen memberikan pengaruh pada keputusan (variabel dependen)

Untuk menganalisis seberapa besar variasi dependen disebabkan oleh variasivariabel independen, maka dihitung nilai koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\text{Jumlah Kuadran Regresi}}{\text{Jumlah Kuadran Tengah}}$$

Re 2 = Nilai R2 berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$

Seringkali nilai koefisien determinasi (R^2) meningkat jika jumlah variabel bebas ditambahkan pada model sehingga menurunkan derajad bebas. Penilaian tentang hal ini dapat dipergunakan nilai koefisien determinasi adjusted dengan rumus sebagai berikut (Wibowo, 2000):

$$R^2 \text{ Adjuster} = R^2 \cdot [(n - 1)(n - k - 1)]$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel bebas dalam model penduga

n = Jumlah data

Apabila hasil pengujian diperoleh $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka dilanjutkan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

$$S_{bi} = \sqrt{\frac{\text{Jumlah Kuadran Sisa}}{\text{Jumlah Tengah Sisa}}}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi ke-i

S_{bi} = Standart deviasi ke-i

Kriteria pengambilan keputusan:

- $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}} (\alpha = 0.05)$, maka menerima H_0 yang berarti variabel independen tidak memberikan pengaruh yang nyata pada pembelian beras (variabel dependen).
- $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (\alpha = 0.05)$, maka menolak H_0 yang berarti variabel independen memberikan pengaruh yang nyata pada pembelian beras (variabel dependen).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras di Kota Baturaja Kabupaten OKU, dapat dilakukan analisis statistik dan survei konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras di Kota Baturaja Kabupaten OKU dijelaskan secara deskriptif. Data yang digunakan dalam analisis ini adalah data primer dimana variabel bebasnya yaitu harga, kualitas, pengalaman konsumen dan pendapatan. Berdasarkan analisis regresi logit pada lampiran di peroleh nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,87$. Ini ditunjukkan bahwa 87,0% variasi dari variabel keputusan konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas, pengalaman konsumen dan pendapatan.

Untuk menganalisis keputusan konsumen dalam pembelian beras di Kota Baturaja Kabupaten OKU dijelaskan secara deskriptif dengan menggunakan regresi logit. Regresi logit, juga dikenal sebagai regresi logistik, adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen (variabel yang diprediksi) yang bersifat kategorik atau biner (dua kategori) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel yang digunakan untuk memprediksi). Hasil regresi logit keputusan konsumen dalam pembelian beras di Kota

Baturaja Kabupaten OKU berdasarkan analisis adalah :

Dari hasil regresi di peroleh nilai $R^2 = 0,870$ menyatakan bahwa sebesar 87 Persen peluang keputusan konsumen untuk membeli beras premium atau non premium dapat dijelaskan oleh variabel harga (X1), kualitas (X2), pengalaman (x3) dan pendapatan (X4). Sedangkan sisanya 13 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model. Chi Squire sebesar 29.577 menjelaskan bahwa secara bersama-sama variabel harga (X1), kualitas (X2), pengalaman (x3) dan pendapatan (X4) berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti membeli beras premium. Untuk lebih jelasnya hasil analisis hubungan regresi logit faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga beras premium (X1)

Hasil regresi logit menunjukkan nilai Exp (B) harga sebesar 1,572 Artinya, setiap penambahan harga atau naik 1% maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen untuk membeli beras premium sebesar 1,572%. Setelah dilakukan uji wald ternyata diperoleh signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari $\alpha = 0,01$. Maka harga berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk membeli beras, hal ini dikarenakan Harga yang kompetitif dapat membuat beras premium lebih terjangkau bagi konsumen selain itu Harga yang kompetitif dapat membantu meningkatkan pangsa pasar beras premium., hal ini sejalan dengan penelitian *Azani (2024)* yang menyatakan Harga beras dapat mempengaruhi tingkat konsumsi, dikarenakan apabila tingkat konsumsi tinggi namun kapasitas produksinya tidak dapat memenuhi konsumsi, maka dapat diasumsikan harga beras akan meningkat tajam karena tidak tersedianya beras dipasar.

Berdasarkan hasil penelitian, harga beras premium bervariasi tergantung pada merk dan tempat pembelian. Berikut beberapa contoh harga beras premium:

- Alfamart:

- Lahap Beras 5 kg: Rp 63.000
- Alfamart Beras Setra Ramos 5 kg: Rp 69.500
- Sania Beras Premium 5 kg: Rp 69.500
- Raja Platinum Beras Super 5 kg: Rp 69.500

- Indomaret:

- Sania Beras Premium 5 kg: Rp 69.500
- Indomaret Beras Pulen Wangi Premium 5 kg: Rp 67.500
- Indomaret Beras Ramos Super 5 kg: Rp 67.500
- Larisst Beras Kepala Super 5 kg: Rp 67.500

2. Kualitas Beras (X2)

Hasil regresi menunjukkan nilai Exp (B) kualitas produk sebesar 6,387. Artinya, setiap kualitas bertambah atau naik 1 persen maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen untuk membeli beras premium sebesar 6,387 persen. Setelah dilakukan uji wald ternyata di peroleh signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,01$. Artinya kualitas beras berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk membeli beras premium hal ini dikarenakan Berdasarkan penelitian Kualitas beras premium menjadi faktor yang mempengaruhi pembelian beras premium karena beberapa alasan yang pertama beras premium memiliki rasa yang lebih enak dan tekstur yang lebih pulen selain itu beras premium memiliki kualitas yang lebih baik seperti kadar air yang lebih rendah dan kandungan nutrisi yang lebih tinggi. Kemudian yang kedua kandungan nutrisi yang lebih tinggi, seperti vitamin dan mineral, beras premium diproses dengan lebih teliti dan hati-hati, sehingga memiliki kualitas yang lebih baik. Dampak Kualitas terhadap Pembelian Beras Premium Kualitas beras premium dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, Jika kualitas beras premium konsisten, konsumen mungkin akan menjadi loyal kepada merek tersebut. Selain itu, konsumen yang puas dengan kualitas beras premium mungkin akan merekomendasikan

kepada orang lain. besar 18,340 kali lebih besar dibanding beras organik yang tidak tahan lama dan cepat basi.. Hal ini sejalan dengan penelitian Prisca Andini (2012) yang menyatakan bahwa kualitas sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen, produk-produk yang berkualitas akan memiliki sejumlah kelebihan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas produk yang tinggi dapat diterima oleh konsumen akan menjadi elemen utama dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian

3. Pengalaman mengkonsumsi beras (X3)

Hasil regresi logit menunjukkan nilai Exp (B) harga jual sebesar 2.354. Artinya, setiap pengalaman bertambah waktunya 1 persen maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen sebesar 2.354 persen. Setelah dilakukan uji wald ternyata di peroleh signifikansi sebesar 0,002 lebih besar dari $\alpha = 0,01$. Maka pengalaman berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti membeli beras. Dampak Pengalaman terhadap Keputusan Pembelian, pengalaman membeli beras dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras premium karena pengalaman yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek beras premium dan pengalaman positif dapat mempengaruhi konsumen untuk merekomendasikan beras premium kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian. Kim (2008) secara empiris menguji bahwa pengalaman yang berkesan lebih mungkin berdampak terhadap perilaku masa depan seseorang an juga membuat skala untuk mengukur pengalaman yang berkesan dan membuktikan bahwa itu sangat dan positif mempengaruhi niat perilaku masa depan. Adapun skala pengalaman berupa sensorik, afektif, intelektual dan perilaku yang menyoroti hubungan positif antara pengalaman merek, kepribadian merek, kepuasan dan loyalitas. Pengalaman konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi kesediaan untuk

mengulangi pengalaman atau merekomendasikannya kepada teman atau kolega mereka. Ketika konsumen merasakan layanan yang mereka terima sebagai pengalaman luar biasa, mereka cenderung bertahan dengan organisasi tersebut. Garg et al (2014) menyelidiki pengalaman konsumen telah menemukan kenyamanan yang menjadi faktor yang paling penting diikuti oleh interaksi konsumen, karyawan, kecepatan, tatanan layanan, layanan inti, elemen fungsional, kehadiran konsumen lain, nilai tambah, proses pelayanan estetika dan keterlibatan konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk membeli beras, hal ini dikarenakan Harga yang kompetitif dapat membuat beras premium lebih terjangkau bagi konsumen
2. Kualitas beras berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk membeli beras premium hal ini dikarenakan Berdasarkan penelitian Kualitas beras premium menjadi faktor yang mempengaruhi pembelian beras premium karena beberapa alasan yang pertama beras premium memiliki rasa yang lebih enak dan tekstur yang lebih pulen selain itu beras premium memiliki kualitas yang lebih baik seperti kadar air yang lebih rendah dan kandungan nutrisi yang lebih tinggi.
3. Pengalaman mengkonsumsi beras berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti membeli beras. Dampak Pengalaman terhadap keputusan pembelian, pengalaman mengkonsumsi beras dapat

mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras premium karena pengalaman yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek beras premium dan pengalaman positif dapat mempengaruhi konsumen untuk merekomendasikan beras premium kepada orang lain.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah, untuk penelitian berikutnya diharapkan dapat memasukkan variable lainnya yang diduga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras premium.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul, B., Bambang, S., & Joes, D. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(1).
- [2] Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- [3] Garg, R., Rahman, Z., & Qureshi, M. N. (2014). Measuring customer experience in banks: scale development and validation. *Journal of Modelling in Management*, 9(1), 87–117. <https://doi.org/10.1108/JM2-07-2012-0023>
- [4] Kim, B. Y. (2008). Mediated effects of customer orientation on customer relationship management performance. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 9(2), 192–218. <https://doi.org/10.1080/15256480801909089>
- [5] Kim, K. J., Jeong, I. J., Park, J. C., Park, Y. J., Kim, C. G., & Kim, T. H. (2007). The impact of network service performance on customer satisfaction and loyalty: High-speed internet service case in Korea. *Expert Systems with Applications*, 32(3), 822–831. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2006.01.022>
- [6] Mutmainnah, E., Marwan, E., & Putri, E. L. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus di Giant Ekspres Kota Bengkulu).
- [7] Priyatno, D. (2016). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- [8] Rahayu, S. E., & Febraty, H. (2019). Analisis Perkembangan Produksi Beras dan Impor Beras di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan.
- [9] Resmawa, I. (2019). Studi Perbandingan Preferensi Konsumen Studi kasus Our Bar and Oldwood Bar. Sundari, A., Mulyana, A., & Aryani, D. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Yang Diperjualbelikan di Kios Beras Kota Palembang. Doctoral Dissertation, Sriwijaya University).
- [10] Yulfira, F., Saadah, S., & Amrullah, A. (2018). Pengambilan Keputusan Konsumen pada Pembelian Beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertania*

HALAMANINI SENGAJA DIKOSONGKAN