

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS DI KECAMATAN TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Nola Febriani

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNISI

Email: nolafebriani214@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras (2) untuk mengetahui berapa besar pengaruh faktor keputusan pembelian beras. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Nilai R² sebesar 74%, variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras adalah faktor budaya ($\alpha = 1\%$) dan faktor sosial ($\alpha = 1\%$). (2) besarnya pengaruh faktor budaya ditunjukkan oleh koefisien regresi dengan nilai -0,234 dan faktor sosial sebesar 0,410.

Kata kunci : budaya, sosial, keputusan pembelian, beras

ABSTRACT

The aims of this research are : (1) To know the factors that affecting to buying decision of rice, (2) To know the coefficient of each factors to buying decision of rice. The method of data analysis are (1) Value of R² is 74%, that variables that affecting to buying decision of rice are culture ($\alpha = 1\%$) and social ($\alpha = 1\%$), (2) The coefficient of regression of each variables are culture 0.234 and social 0.410.

Keywords : culture, social, decision buying, rice

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, beras berperan penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi, dan lapangan kerja. Menurut Purwono dan Purwaningsih (2013), dari total energi yang dikonsumsi masyarakat Indonesia, hampir 60 persen dicukupi oleh beras. Hal tersebut membuktikan bahwa kebutuhan masyarakat Indonesia akan beras sangat besar, tidak terkecuali masyarakat di Kecamatan Tembilahan. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk kebutuhan akan beras juga akan semakin meningkat.

Dalam melakukan pembelian beras, terdapat faktor internal maupun faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan seseorang. Faktor-faktor

tersebut meliputi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Dari sisi budaya, keputusan pembelian seseorang sangat dipengaruhi oleh suku. Suku yang berbeda akan mempengaruhi jenis beras yang dikonsumsi di Kecamatan Tembilahan suku-suku yang dominan adalah Banjar, Jawa, Bugis, Melayu. Suku-suku tersebut memiliki budaya dan latar belakang historis tersendiri dalam menentukan jenis beras yang dikonsumsi.

Dari sisi sosial, keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh keluarga, karena keluarga dapat digambarkan sebagai anggota masyarakat yang paling dasar yang tinggal bersama dan berinteraksi untuk memenuhi

kebutuhan individu maupun antar individu dalam keluarga. Dalam artian individu-individu yang ada di dalamnya adalah sebagai referensi konsumen untuk mengetahui sebuah produk.

Dari sisi pribadi, faktor ekonomi juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang. Masyarakat Kecamatan Tembilahan kelas atas atau masyarakat kelas bawah sama akan mengambil keputusan untuk membeli beras, karena di Kecamatan Tembilahan mayoritas penduduknya mengkonsumsi beras sebagai bahan pokoknya, yang membedakan hanya jenis merk yang akan di beli.

Dari sisi psikologis, motivasi berpengaruh dalam keputusan pembelian seseorang dikarenakan kebutuhan. Kebutuhan yang timbul dari keadaan psikologis seperti rasa lapar, ini akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras dan untuk mengetahui berapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pembelian beras.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan April 2018, di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Tembilahan merupakan daerah dengan konsumsi beras terbesar di Kabupaten Indragiri Hilir.

2.2. Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan adalah metode survey dan yang menjadi populasi adalah Konsumen yang melakukan pembelian beras. Penentuan sampel dengan cara *Random sampling*

dengan jumlah sampel 35 orang.

2.3. Metode Analisis Data

Untuk mendapatkan data kuantitatif digunakan koesioner sebagai alat pengumpulan data yang merupakan daftar sejumlah pertanyaan tertulis yang berguna untuk memperoleh informasi dari responden berdasarkan hal-hal yang diketahui pasti dengan menggunakan pendekatan skala likert. Jawaban setiap item-item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negative. Detiap jawaban diberi bobot sesuai dengan urutannya. Setelah data di tabulasi dalam bentuk Skala Likert, kemudian data di transformasi. Metode transformasi yang digunakan yakni *Method of Successive Interval*. Metode tersebut digunakan untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi data interval, dengan rumus sebagai berikut :

$$DT = (D^2)+0,5$$

Dimana :

DT = Data Transformasi

D = Data Ovservasi

2.3.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menjawab tujuan penelitian maka digunakan analisis regresi berganda yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menguji perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian beras. Analisis regresi menggunakan rumus Regresi Linier Berganda seperti yang dikutip dalam (Sugiyono 2011), yaitu :

$$Y = a + b1x_1+b2x_2+b3x_3+b4x_4+e$$

Dimana :

Y = Keputusan konsumen dalam pembelian beras di Kecamatan Tembilahan

X₁ = Budaya

X₂ = Sosial

- X₃ = Pribadi
- X₄ = Psikologis
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = eror

3.5.2. Pengujian Model

Untuk menguji lebih lanjut maka perhitungan regresi dilakukan untuk mendapatkan nilai-nilai sebagai berikut :

1. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) mempunyai kegunaan, yaitu sebagai ukuran besarnya proporsi atau sumbangan variabel bebas terhadap naik turunnya variabel terkait. Semakin besar nilai R², maka semakin besar variasi variabel terkait ditentukan oleh variabel bebas. Sebaliknya, apabila nilai R² semakin kecil, maka semakin kecil variasi variabel terkait ditentukan oleh variabel bebas.. Nilai R² adalah antara 0 dan 1

2. Uji F-Statistik

Pengujian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dari semua variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel tidak bebas. Jika F-statistik > F-tabel maka secara bersamaan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas atau pengaruhnya signifikan, dan jika F-statistik < F-tabel, menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap

variabel tidak bebas secara bersama-sama atau pengaruhnya tidak signifikan. (Gujarati, 2003).

3. Uji t-statistik

Uji t-statistik digunakan untuk menguji pengaruh parsial dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas . Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian dua arah dalam tingkat signifikansi = α dan derajat kebebasan (*degree of freedom, df*) = n-k, dimana n menunjukkan jumlah observasi dan k menunjukkan jumlah parameter termasuk konstanta. Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis (Gujarati, 2003) :

Dengan kriteria penerimaan hipotesa pada uji t-statistik sebagai berikut :

- Jika t-hitung > t-tabel, maka signifikan
- Jika t-hitung < t-tabel, maka tidak signifikan

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Estimasi Model

Estimasi model faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilahan di sajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Kecamatan Tembilahan

No.	Variabel	Koefesien Regresi	t- hitung	t-sig
1	Konstanta	4,122	7,100	,000
2	Budaya (X1)	-,234	-4,032	,000 ^(a)
3	Sosial (X2)	,410	7,527	,000 ^(a)
4	Pribadi (X3)	-,014	-,256	,800
5	Psikologi (X4)	-,053	-,958	,346

Sumber : Data Primer diolah 2018

$$R^2 = 0,75$$

a = Signifikan taraf $\alpha = 1\%$

F hitung = 22.336

Dw = 1,620

Berdasarkan tabel 1, maka persamaan regresi linier bergandanya adalah : $Y = 4,122 - 0,234 X_1 + 0,410 X_2 - 0,014 X_3 - 0,053 X_4 + e$.

3.2. Pengujian Model

3.2.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 75 yang berarti bahwa model regresi yang diperoleh dapat menjelaskan keragaman variabel terikat (Faktor Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras) sebesar 62%, sedangkan sisanya 25% diterangkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini.

3.2.1. Uji F

Nilai F hitung sebesar 22,336 sedangkan F tabel adalah sebesar 3,908, diketahui bahwa secara serempak faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi beras (faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis) memberikan pengaruh nyata keputusan pembelian beras. Hasil ini senada dengan penelitin Permatasari (2017).

3.2.3. Uji t

Dari hasil analisis regresi dapat juga dilihat bahwa secara parsial faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras, penjelasannya adalah sebagai berikut :

- a. Pada variabel budaya nilai t-hitung -4,032 lebih besar dari nilai t-tabel -2,724, artinya variabel social signifikan dengan taraf kepercayaan 99 % ($\alpha = 1\%$).
- b. Pada variabel sosial nilai t-hitung 7,527 lebih besar dari nilai t-tabel 2,724, artinya variabel sosial signifkandengan

taraf kepercayaan 99 % ($\alpha = 1\%$).

- c. Variabel pribadi dan psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilahan.

3.2.4. Uji Asumsi Klasik

1. Multikolonearitas

Asumsi multikolonearitas ini menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila terjadi multikolinearitas maka nilai estimasi parameter menjadi bias. Sehingga akan memberikan hasil verifikasi (pengujian hipotesis) yang tidak berguna bagi pengambilan keputusan (Gujarati, 2003). Hasil uji Multikolonearitas dapat disajikan dalam tabel 2. Tabel 2 memperlihatkan bahwa semua variabel tidak terjadi multikolonearitas dengan nilai VIF < 10. Menurut Gujarati (2003), regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Tabel 2. Uji Multikolonearitas

Variable	VIF
Budaya (X1)	1,135
Sosial (X2)	1,880
Pribadi (X3)	1,632
Psikologi (X4)	1,208

Sumber: Data Primer diolah 2018

2. Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamata

yang lain. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

No.	Variabel	Signifikansi
1	Budaya (X1)	0,016
2	Sosial (X2)	0,000
3	Pribadi (X3)	0,249
4	Psikologi (X4)	0,194

Sumber :Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa analisis dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan pribadi dan psikologi tidak ada gangguan heterokedastistias, sedangkan budaya dansosial terjadi heterokedastistias. Dalam estimasi parameter model penduga, dimana nilai t hitung yang signifikan (sig) lebih dari 0,05.

3. Autokorelasi

Menurut Ghozali (2005), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi dapat dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji *Durbin-Watson* (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Ada autokorelasi (0 – 1,224)
- b) Daerah Keragu-raguan (1,224 – 1,553)
- c) Tidak ada Autokorelasi (1,553 – 2,447)
- d) Daerah Keragu-raguan (2,447 – 2,776)
- e) Ada Autokorelasi (2,776 – 4)

Dalam penelitian ini dihasilkan nilai *Durbin-watshom* (DW) sebesar 1,620 yang berada pada interval nilai 1,553 – 2,447 yang berarti tidak ada

autokorelasi.

3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Kecamatan Tembilahan

3.3.1. Budaya

Hasil pengujian koefesien regresi untuk pengaruh variabel budaya (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki koefesien regresi negatif sebesar -0,234. Artinya budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilahan. Hasil ini senada dengan penelitian Rendra (2016).

Menurut Kotler (2005), faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah 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 memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen, budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

Berkaitan dengan karakteristik responden dari faktor budaya, bahwa penyedia produk beras di Kecamatan Tembilahan memberikan jam buka layanan pembeli setiap hari. Hal ini sangat sesuai dengan fakta di lapangan bahwa responden terkadang membeli produk beras hanya dengan membeli secukupnya saja misalnya hanya membeli untuk konsumsi satu atau dua hari, sehingga konsumen dapat membeli produk beras kapan saja jika konsumen sudah ingin atau mampu membelinya lagi.

3.3.2. Sosial

Hasil pengujian koefesien regresi untuk pengaruh variabel sosial

(X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,410. Artinya bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilihan.

Menurut Kotler (2005), faktor kedua yang mempengaruhi adalah faktor sosial. Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama.

Berkaitan dengan karakteristik responden dari faktor sosial, bahwa sebagian besar konsumen yang datang ke tempat penjualan beras dipengaruhi oleh lingkungan keluarga maupun lingkungan kerja. Bentuk pengaruh pada variabel ini ditunjukkan oleh banyaknya konsumen yang memutuskan pembelian produk beras karena pengaruh orang lain dan adanya informasi dari luar (Setiawan, 2016). Pada sebuah tatanan keluarga apabila salah satu atau lebih anggota keluarga memiliki suatu kebiasaan, maka anggota keluarga yang lain cenderung akan terbawa ataupun mengikuti kebiasaan tersebut.

Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peran akan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilihan adalah variabel budaya (X_1) $\alpha=1\%$, variabel sosial (X_2) $\alpha=1\%$.
2. Pengaruh setiap variabel terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel budaya (X_1) Hasil pengujian koefisien regresi untuk pengaruh variabel budaya (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,0234, yang berarti bahwa budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilihan.
 - b. Variabel sosial (X_2) Hasil pengujian koefisien regresi untuk pengaruh variabel sosial (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,410, yang berarti bahwa sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilihan.

4.2. Saran

Secara keseluruhan, penjual memiliki persepsi yang baik dimata konsumennya. Oleh karena itu, manajemen penjual harus dapat mempertahankan kualitas produk dan terus memberikan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan konsumen. Berdasarkan penelusuran penulis bahwa responden berkunjung atau membeli lebih dari satu kali kunjungan. Hal ini perlu dijaga bahkan ditingkatkan guna jaminan kelangsungan usaha penjual.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. BP Undip : Semarang
- Gujarati,. 2003. Ekonometrika Dasar. Jakarta : Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. 2005, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jakarta: PT.Prenhalindo.
- Permatasari, I. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Beras Merah Organik Pada RMU Penggilingan Padi Organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman.Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Purwono dan Purwaningsih. 2013. Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rendra, A. 2016. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jagung F1 AINA di Koto Baru Batu Hampar Kabupaten Lima Puluh Kota. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Setiawan, A., Zakaria, W,A., Indriyani, Y. 2016. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA). 4(2): 192-199
- Sugiyono. 2011. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.