

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BERAS IR 64 DI PASAR TRADISIONAL
(Studi Pada Pasar Tradisional Bekonang Sukoharjo)**

Ririn Dwi Astuti Kartikasari¹, Dodi Mulyanto², Supriyanta³

^{1,2,3}Akademi Pelayaran Nasional Surakarta

Email: ririnkartikasari@gmail.com

Abstract: In this study, the author has the aim to determine the effect of gender, age, income, product quality, price, and location on the purchase decision of IR 64 rice in the Bekonang traditional market, Sukoharjo Regency, either partially or simultaneously. The hypothesis in this study is: It is suspected that gender, age, income, product quality, price, and location have an effect on the purchase decision of IR 64 rice in the Bekonang traditional market, Sukoharjo Regency, either partially or simultaneously. The data needed in this study are primary data obtained by a questionnaire method from a sample of 100 respondents. The data analysis used in this research is multiple linear regression test, t test, F test and determination coefficient test. The results of data analysis in this study can be concluded that gender, age, income do not have a significant effect on the decision to buy rice IR 64 in the Bekonang traditional market, Sukoharjo Regency, while the product quality, price, and location have a significant effect on the decision to buy rice IR 64 in traditional markets, Bekonang Sukoharjo Regency. Therefore, gender, age, income, product quality, price, and location have a significant effect on the decision to purchase IR 64 rice in the Bekonang traditional market, Sukoharjo Regency simultaneously.

Keywords: *Gender, age, income, product quality, price, location and purchase decisions*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai tingkat konsumsi beras yang tinggi, hal ini dikarenakan beras adalah makanan pokok mayoritas masyarakat di negara Indonesia mengingat 98% dari penduduk Indonesia mengkonsumsi beras (Riyadi dalam Fegiyanti, 2018: 40). Negara Indonesia merupakan negara yang menempati kedudukan ketiga dalam penyediaan beras di dunia, hal ini dikarenakan Indonesia adalah negara yang mengkonsumsi sekaligus memproduksi beras terbesar. Produksi beras di Indonesia selalu meningkat tiap dari tahun ke tahun (Fegiyanti, 2018: 40).

Berbagai jenis beras yang diproduksi di Indonesia sudah banyak dikenal diantaranya adalah IR 64, IR 42, Pandan Wangi, Rojolele, Membramo, Beras Merah dan sebagainya. Beras IR 64 atau sentra ramos adalah beras yang paling diminati oleh para konsumen, karena harganya yang terjangkau dan relatif cocok dengan selera para konsumen. Normalnya beras IR 64 ialah beras jenis pulen jika dimasak menjadi nasi, namun kelemahan yang ada pada beras IR 64 ini jika terlalu lama disimpan (lebih dari 3 bulan) maka beras ini menjadi sedikit pera, dan mudah basi ketika menjadi nasi.

Pemasaran terhadap komoditi beras harus didasarkan pada karakteristik dan perilaku konsumen. Menurut Peter dan Olson (1999 dalam Fergiyanti, 2018: 40), kajian perilaku konsumen dapat dijadikan dasar untuk menganalisis lingkungan bisnis. Bagi pelaku usaha, perilaku konsumen akan menjadi landasan yang penting di dalam pemasaran, sehingga dapat

membidik pembeli secara lebih terarah karena pelaku usaha dapat menjabarkan secara detail konsumen yang menjadi sasaran.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktifitas ketika seseorang berhubungan dengan pencairan, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen juga mencerminkan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Duncan dalam Fergiyanti, 2018).

Peter dan Olson (dalam Fergiyanti, 2018), menjelaskan bahwa terdapat tiga ide penting untuk memahami perilaku konsumen. Ide yang pertama adalah dinamis, yang mengartikan bahwa seorang konsumen akan berubah dan bergerak sepanjang waktu, sehingga strategi pemasaran akan selalu berubah mengikuti karakter konsumen sendiri. Ide yang kedua adalah pertukaran di antara individu. Ide yang terakhir adalah interaksi, yang artinya untuk memahami konsumen, seseorang harus memahami apa yang konsumen pikirkan (kognisi) dan rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan, serta kejadian apa dan dimana yang mempengaruhi fikirannya.

Perilaku konsumen dalam keputusan pembelian kebutuhan pokok konsumen khususnya beras merupakan hal yang menarik untuk diamati karena sifat pembelian untuk seperti ini merupakan pembelian yang sifatnya kontinyu (berkelanjutan) sehingga pertimbangan konsumen dalam pembelian ini dilakukan secara rasional. Banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian khususnya pada barang konsumsi dan pertimbangan pemilihan lokasi seringkali dipertimbangkan dalam penetapan keputusannya. Salah satu pilihan untuk membeli beras dilakukan di pasar tradisional.

Banyak penelitian terdahulu yang melakukan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fergiyanti (2018) yang menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa faktor citarasa, faktor kualitas fisik beras, faktor lokasi pembelian, faktor harga, faktor pendapatan, faktor sumber informasi, dan faktor motivasi berpengaruh dalam pembelian beras IR 64.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba, dkk., (2016) yang menganalisis pengaruh faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional menerangkan bahwa kualitas produk, faktor pengaruh peran orang lain atau keluarga, faktor lokasi, faktor harga dan faktor pelayanan pasar tradisional. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik konsumen dengan tingkat keputusan konsumen membeli sayuran di pasar tradisional.

Retnaningsih (2018) dalam penelitiannya yang menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional menerangkan bahwa produk, harga, promosi, saluran distribusi dan simpati/solidaritas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional. Penelitian lain dilakukan oleh Fatimah (2017) yang menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen menerangkan bahwa harga, iklan, gaya hidup dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen era digital di ritel tradisional.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Noor dan Ikasari (2013) dalam penelitiannya menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional menerangkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional. Sedangkan Pramodyo (2015) dalam penelitiannya menerangkan bahwa harga,

produk, lokasi, pelayanan dan fasilitas merupakan faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka dalam penelitian ini peneliti bermaksud menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian khususnya pada produk beras IR 64 yang ada di pasar tradisional Bekonang Kabupaten Sukoharjo. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan rekonstruksi variabel-variabel yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu sehingga membentuk model yang berbeda dari penelitian terdahulu. Konstruksi variabel yang digunakan dalam penelitian adalah mengkombinasikan faktor internal seperti faktor pribadi dan faktor eksternal seperti faktor harga, faktor produk, dan faktor lokasi sebagai faktor yang digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen khususnya pada produk beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Kabupaten Sukoharjo.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi di Pasar Tradisional Bekonang Sukoharjo. Dalam penelitian ini obyek penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian produk beras IR 64 yang ada di Pasar Tradisional Bekonang Sukoharjo yang jumlah secara keseluruhan tidak diketahui dengan pasti, mengingat jumlah konsumen yang melakukan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo setiap saat mengalami perubahan. Mengingat jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti, maka jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan kriteria; *pertama*, menurut Sugiyono (2013) bahwa jumlah minimal sampel yang diperkenankan adalah 10 kali jumlah variabel., *Kedua*, menurut Djarwanto dan Pangestu (2008: 64) juga memberikan *rule of thumb*, dimana jika populasi yang akan diteliti jumlahnya tidak terhingga, maka sampel yang akan diambil harus tepat jumlahnya. Untuk mengambil sampel digunakan rumus yaitu:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

Z : Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varian dari mean.

E : Error

Dengan nilai α (*level of signficancy*) = 0,05 diharapkan besarnya kesalahan tidak sampai 0,1 dari sini akan didapat perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{0,05/2}}{0,1} \right)^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti, maka dalam penelitian ini diambil 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampling *acident sampling*. Dimana setiap populasi yang ditemui pada saat penelitian dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti membagikan kuesioner sebanyak 100 kuesioner. Dari kuesioner yang semuanya terisi dengan sempurna sehingga layak untuk dilakukan analisis. Sampel penelitian ini adalah sebagian konsumen yang membeli beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo yang berjumlah 100 orang. Berdasarkan seluruh kuesioner yang kembali, semua memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis. Distribusi

responden dalam penelitian ini berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan disajikan profil responden secara lengkap.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan seluruh kuesioner yang kembali, semua memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis. Distribusi responden dalam penelitian ini berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan disajikan profil responden secara lengkap:

Gambaran Umum Populasi dan Responden

Penelitian ini mengambil lokasi di Pasar Tradisional Bekonang Sukoharjo. Dalam penelitian ini obyek penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian produk beras IR 64 yang ada di Pasar Tradisional Bekonang Sukoharjo yang jumlah secara keseluruhan tidak diketahui dengan pasti, mengingat jumlah konsumen yang melakukan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo setiap saat mengalami perubahan.

Karakteristik Responden

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	%
1	Perempuan	52	52%
2	Laki-laki	48	48%
Total		100	100%

Responden yang mempunyai jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 52 orang atau mencapai sebesar 52% dari jumlah total responden. Sedangkan responden laki-laki terdapat sebanyak 48 orang atau 48% dari jumlah total responden. Sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan.

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	%
1	< 20	26	26%
2	21 – 30	30	30%
3	31 – 40	18	18%
4	41 – 50	26	26%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berumur di atas 41-50 tahun yaitu berjumlah 26 responden atau mencapai 26 % dari total responden. Responden yang berumur 21-30 tahun terdapat 30 responden atau mencapai 30% dari total responden, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 18 responden atau sebesar 18% dari total responden dan responden yang berumur di bawah 20 tahun keatas terdapat 26 responden atau mencapai 26% dari total responden. Sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas responden mempunyai umur antara di atas 21-30 tahun.

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku

No	Pendapatan	Jumlah (orang)	%
1	< 1.000.000	30	30%
2	1 juta – 1,9 juta	39	39%

3	2 juta – 2,9 juta	17	17%
4	3 juta – 3,9 juta	9	9%
5	4 juta ke atas	5	5%%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Karakteristik responden menurut pendapatan atau uang saku, mayoritas responden mempunyai pendapatan/uang saku antara 1 juta – 1,9 juta yaitu terdapat sebanyak 39 responden atau mencapai 39%, sedangkan terdapat 30 responden atau 30% responden yang mempunyai pendapatan atau uang saku kurang dari 1 juta. Terdapat 17 responden atau 17% responden yang mempunyai pendapatan atau uang saku antara 2 juta – 2,9 juta. Terdapat 9 responden atau 9% responden yang mempunyai pendapatan atau uang saku antara 3 juta – 3,9 juta. Terdapat 5 responden atau 5% responden yang mempunyai pendapatan atau uang saku 4 juta ke atas.

Analisis Data

1. Uji Instrumen

Uji Validitas

Korelasi item-item pertanyaan uji validitas item pertanyaan untuk variabel produk, variabel harga, variabel lokasi, dan keputusan pembelian (Y) terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya.

Uji Reliabilitas

Instrument yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini reliable sehingga instrumen ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, sehingga diperoleh hasil print out sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.389	1.080		3.138
	Jenis Kelamin	-.268	.166	-.089	-1.609
	Usia	-.057	.111	-.043	-.519
	Pendapatan/Saku	.185	.112	.112	1.657
	Kualitas Produk	.238	.069	.284	3.433
	Harga	.284	.065	.329	4.386
	Lokasi	.290	.080	.351	3.616

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Print Out SPSS

Dari hasil uji regresi linier dengan bantuan program SPSS versi 16 diperoleh:

$$Y = 3,389 - 0,268X_1 - 0,057X_2 + 0,185X_3 + 0,238X_4 + 0,284X_5 + 0,290X_6$$

Artinya:

- a. Nilai a (konstan) = 3,389, bernilai positif artinya apabila tidak terdapat variabel bebas dalam penelitian ini, maka masih terdapat pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.
- b. Nilai $b_1 = -0,268$, bernilai negatif artinya perbedaan jenis kelamin tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.
- c. Nilai $b_2 = -0,057$, bernilai negatif artinya perbedaan usia tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga perbedaan usia pembeli tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.
- d. Nilai $b_3 = 0,185$, bernilai positif artinya perbedaan pendapatan/uang saku mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.
- e. Nilai $b_4 = 0,238$, bernilai positif artinya kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Semakin baik kualitas produk yang ada, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian responden.
- f. Nilai $b_5 = 0,284$, bernilai positif artinya harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Semakin baik penilaian responden terhadap harga yang ada, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian responden.
- g. Nilai $b_6 = 0,290$, bernilai positif artinya lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Semakin baik penilaian responden terhadap lokasi, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian responden.

3. Uji T

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari karakteristik (jenis kelamin, usia, pendapatan/uang saku) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo secara rinci dapat dilihat di bawah ini.

- a. Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Keputusan Pembelian Beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo

Langkah-langkah pengujian:

- 1) Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_1 = 0$, Diduga jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_1 \neq 0$, Diduga jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

- 2) Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

df (*degrees of freedom*) = $n - k - 1$

$t_{\text{tabel}} (\alpha/2 ; n - k - 1)$

$t_{(0,05/2 ; 100 - 6 - 1)}$

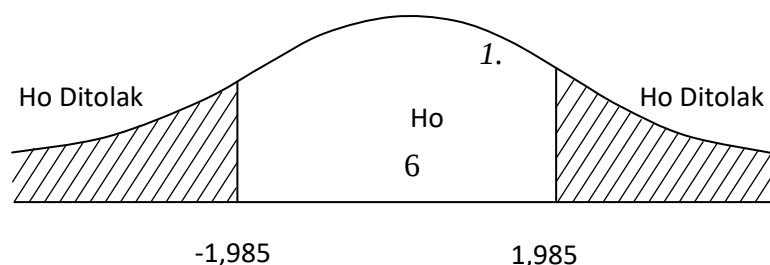
$t_{(0,025 ; 93)} = 1,985$ (lihat lampiran tabel uji t)

- 3) Nilai t_{hitung}

$t_{\text{hitung}} = -0,519$

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

- 4) Kriteria Pengujian



H_a ditolak dan H_0 diterima, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,519 < 1,985$.

5) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,519 < 1,985$) dan sig. sebesar 0,605 lebih besar dari 0,05, berarti H_a ditolak dan menerima H_0 , artinya jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

b. Pengaruh Usia terhadap Keputusan Pembelian Beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo

Langkah-langkah pengujian:

1) Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_2 = 0$, Diduga usia tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_2 \neq 0$, Diduga usia berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

2) Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

df (*degrees of freedom*) = $n - k - 1$

$t_{tabel} (\alpha/2 ; n - k - 1)$

$t_{(0,05/2 ; 100 - 6 - 1)}$

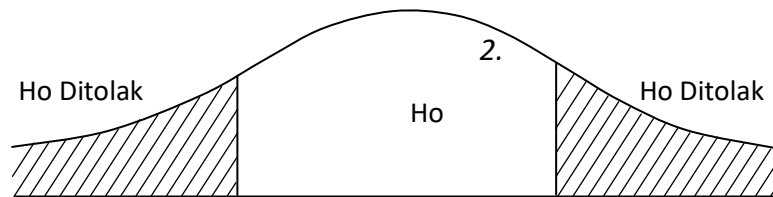
$t_{(0,025 ; 93)} = 1,985$ (lihat lampiran tabel uji t)

3) Nilai t_{hitung}

$t_{hitung} = -1,609$

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

4) Kriteria Pengujian



H_a ditolak dan H_0 diterima, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,609 < 1,985$.

5) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,609 < 1,985$) dan sig. sebesar 0,111 lebih besar dari 0,05, berarti H_a ditolak dan menerima H_0 , artinya usia tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

c. Pengaruh Pendapatan/Uang Saku terhadap Keputusan Pembelian Beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo

Langkah-langkah pengujian:

1) Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_3 = 0$, Diduga pendapatan/uang saku tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_3 \neq 0$, Diduga pendapatan/uang saku berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

2) Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

df (*degrees of freedom*) = $n - k - 1$

$t_{tabel} (\alpha/2 ; n - k - 1)$

$t_{(0,05/2 ; 100 - 6 - 1)}$

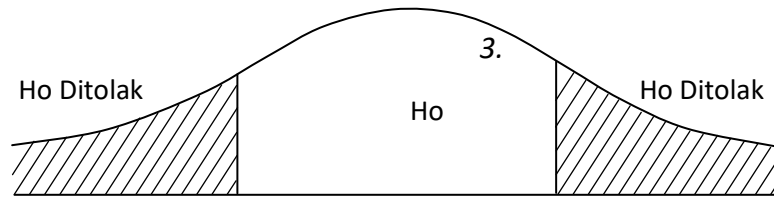
$t_{(0,025 ; 93)} = 1,985$ (lihat lampiran tabel uji t)

3) Nilai t_{hitung}

$$t_{hitung} = 1,657$$

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

4) Kriteria Pengujian



Ha ditolak dan H_0 diterima, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,657 < 1,985$.

5) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,657 < 1,985$) dan sig. sebesar 0,101 lebih besar dari 0,05, berarti H_a ditolak dan menerima H_0 , artinya pendapatan/uang saku tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

d. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo

Langkah-langkah pengujian:

1) Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_4 = 0$, Diduga kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_4 \neq 0$, Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

2) Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

$$df \text{ (degrees of freedom)} = n - k - 1$$

$$t_{tabel} (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$t_{(0,05/2 ; 100 - 6 - 1)}$$

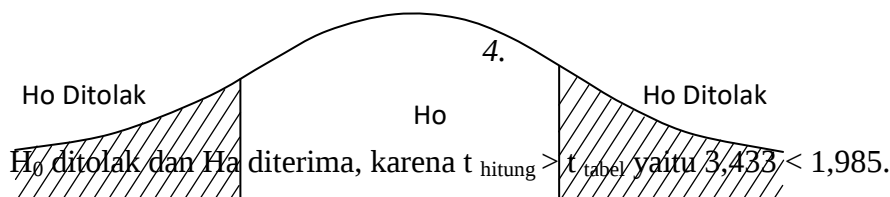
$$t_{(0,025 ; 93)} = 1,985 \text{ (lihat lampiran tabel uji t)}$$

3) Nilai t_{hitung}

$$t_{hitung} = 3,433$$

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

4) Kriteria Pengujian



5) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,433 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

e. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo

Langkah-langkah pengujian:

1) Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_5 = 0$, Diduga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_5 \neq 0$, Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

2) Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

df (*degrees of freedom*) = $n - k - 1$

$t_{\text{tabel}} (\alpha/2 ; n - k - 1)$

$t_{(0,05/2 ; 100 - 6 - 1)}$

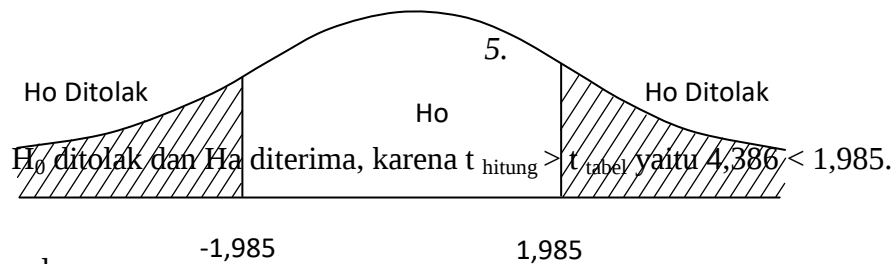
$t_{(0,025 ; 93)} = 1,985$ (lihat lampiran tabel uji t)

3) Nilai t_{hitung}

$t_{\text{hitung}} = 4,386$

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

4) Kriteria Pengujian



5) Kesimpulan

Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,386 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

f. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo

Langkah-langkah pengujian:

1) Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_6 = 0$, Diduga lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_6 \neq 0$, Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

2) Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

df (*degrees of freedom*) = $n - k - 1$

$t_{\text{tabel}} (\alpha/2 ; n - k - 1)$

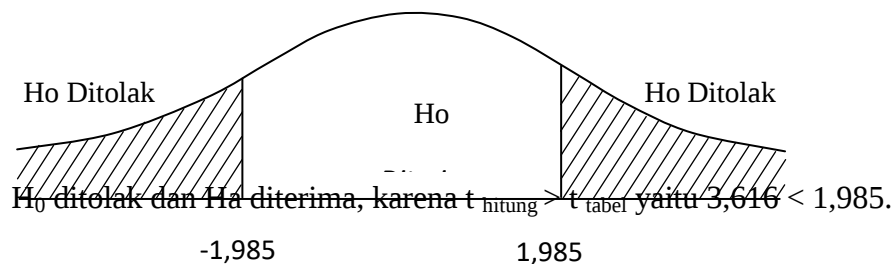
$t_{(0,05/2 ; 100 - 6 - 1)}$

$t_{(0,025 ; 93)} = 1,985$ (lihat lampiran tabel uji t)

3) Nilai t_{hitung}

$t_{\text{hitung}} = 3,616$ (lihat lampiran uji regresi linier berganda)

4) Kriteria Pengujian



5) Kesimpulan

Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,616 > 1,985$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

4. Uji F

F Test adalah pengujian hipotesis koefisien regresi secara total, dimana antara β_1 , β_2 , β_3 , β_4 , β_5 , dan β_6 diuji secara bersama-sama. Uji F ini mengikuti distribusi F sehingga tabel yang dipergunakan adalah tabel F. Adapun uji F dalam penulisan ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama antara variabel independent yaitu usia (X_1), jenis kelamin (X_2), pendapatan/uang saku (X_3), kualitas produk (X_4), harga (X_5), dan lokasi (X_6) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo secara serempak/simultan.

Langkah-langkah pengujian:

a. Perumusan Hipotesis

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0$: Diduga jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq 0$: Diduga jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

b. Dipilih level of signifikansi $\alpha = 0,05$

df (degrees of freedom) = (k ; n-k-1)

$F_{\text{tabel}} = (\alpha ; k ; n-k-1)$

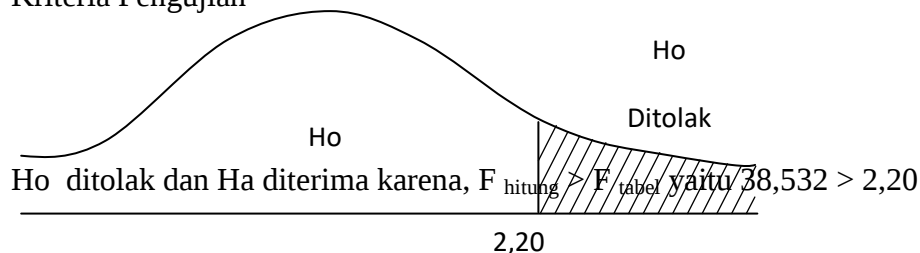
$F_{\text{tabel}} = (0,05 ; 6 ; 100-6-1)$

$F_{\text{tabel}} = (0,05 ; 6 ; 93) = 2,20$ (lihat lampiran tabel uji F)

c. Nilai F_{hitung}

$F_{\text{hitung}} = 38,532$

d. Kriteria Pengujian



e. Kesimpulan

Karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($38,532 > 2,20$) dan nilai sig. uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak, berarti jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur proporsi/persentase sumbangan dari seluruh variabel independent (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6) yang terdapat dalam model regresi terhadap dalam model regresi variabel dependent (Y) dengan menggunakan rumus : $R^2 = \frac{JKR}{JKT}$

Di mana:

R^2 : Koefisien Determinasi

JKR : Jumlah Kuadrat Residual

JKT : Jumlah Kuadrat Tengah

Dari hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS, maka diperoleh hasil analisis data dalam penelitian ini nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.726	.792

a. Predictors: (Constant), Promosi, Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Harga, Kualitas Produk, Pendapatan

Sumber: Data Primer diolah, Juli 2022

Berdasarkan hasil *print out* tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini sebesar 0,726. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo sebesar 72,6% sedangkan sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa jenis kelamin tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” tidak terbukti kebenarannya. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa konsumen dengan jenis kelamin laki-laki tidak menunjukkan keputusan pembelian yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen perempuan. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo mayoritas adalah konsumen perempuan.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa usia tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga usia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” tidak terbukti kebenarannya. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa konsumen dengan usia lebih tua tidak menunjukkan keputusan pembelian yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen dengan usia yang lebih muda. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo mayoritas adalah konsumen dengan usia antara 21-30 tahun.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa pendapatan/uang saku tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga pendapatan/uang saku mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” tidak terbukti kebenarannya. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan/uang saku konsumen tidak mempengaruhi keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dengan pendapatan yang lebih tinggi tidak menunjukkan keputusan pembelian yang lebih tinggi pula. Kondisi ini terbukti bahwa dari konsumen beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo mayoritas adalah konsumen dengan pendapatan/uang saku antara Rp. 1000.000 – Rp. 1.999.999,-.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa penilaian terhadap kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penilaian terhadap kualitas beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin baik penilaian terhadap kualitas produk oleh konsumen, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumennya. Untuk itu dalam upaya peningkatan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo perlu adanya perhatian terhadap kualitas produk yang ada, karena dengan kualitas produk yang baik akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa penilaian terhadap harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 5 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penilaian terhadap harga beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga beras IR 64, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelinya. Untuk itu dalam upaya peningkatan pembelian beras IR 64, perusahaan perlu menetapkan kebijakan dalam hal harga yang lebih kompetitif dan dapat memanfaatkan penetapan harga sebagai strategi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa penilaian terhadap lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 6 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penilaian konsumen terhadap lokasi pasar tradisional Bekonang Sukoharjo mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin baik penilaian terhadap lokasi yang ada di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumennya. Untuk itu dalam upaya peningkatan pembelian yang ada pada pasar tradisional Bekonang Sukoharjo perlu adanya perbaikan fasilitas/layanan umum seperti area parkir, keberadaan toilet/wc yang bersih, keamanan pasar dan radio pasar sebagai sarana informasi pasar.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa jenis kelamin, usia, pendapatan/uang saku, kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo. Sehingga hipotesis 7 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo” terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini sebesar 0,726. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo sebesar 72,6% sedangkan sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pemilihan variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat dalam penelitian ini sudah tepat

mengingat nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini relatif besar yaitu 0,724 atau 72,4%.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisa yang telah penulis lakukan pada bab terdahulu maka dalam penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Jenis kelamin, usia dan pendapatan uang saku tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Bekonang Sukoharjo.
- b. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras ir 64 di pasar tradisional pada pasar tradisional Bekonang Sukoharjo yaitu kualitas produk, harga dan lokasi.

4.2. Saran

Saran-saran yang diajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perlu adanya perhatian terhadap kualitas produk yang ada, karena dengan kualitas produk yang baik yang dijual akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
- b. Perusahaan perlu menetapkan kebijakan dalam hal harga yang lebih kompetitif dan dapat memanfaatkan penetapan harga sebagai strategi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing dibanding dengan pasar-pasar modern.
- c. Dalam upaya peningkatan pembelian yang ada pada pasar tradisional Bekonang Sukoharjo perlu adanya perbaikan fasilitas/layanan umum seperti area parkir, keberadaan toilet/wc yang bersih, keamanan pasar dan radio pasar sebagai sarana informasi pasar.
- d. Perlu memperhatikan segala aspek yang terkait dengan kenyamanan konsumen dalam berbelanja seperti keamanan parkir, tata letak produk, kemudahan dalam akses dari tempat belanja ke parkir dan sebagainya.
- e. Penelitian berikutnya bisa menambahkan variabel lain yang terdapat dalam *marketing mix* sebagai variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fergiyanti, D. S. A., & Nangameka, Y. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras IR 64 Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo)*. Jurnal Ilmiah Agribios, Vol. 16, No. 2: Nopember 2018.
- Purba, dkk., (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional Di Kota Medan)*. Jurnal Publikasi Alumni Departemen Agribisnis Fp Usu.
- Retnaningsih, W. (2018). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Tradisional Di Malang* Jurnal Bisnis Dan Manajemen Vol. 2, No. 1, Agustus 2018.
- Eliza, dkk., (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Di Pasar Arengka (Pasar Tradisional Dan Giant Hypermarket (Pasar Modren) Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Indonesian Journal Of Agricultural Economics (Ijae), Vol. 2, Nomor 1, Juli 2011 Issn 2087 - 409x.
- Fatimah, F. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital (Studi Kasus Pada Ritel Tradisional Di Desa Balung Lor Balung Jember)*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 3 No. 1 Juni 2017 Hal. 31-46 Faktor-Faktor... Feti Fatimah P-Issn :2443-2830 E- Issn: 2460-9471.
- Noor W. S., & Hertiana, I. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Di Kota*

- Semarang. Jurnal Publikasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Pramudyo, A. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Di Kabupaten Sleman)*. Jurnal Jbti Vol. 6, No.1, Februari 2015.
- Ningrum, B. N., & Purwanto. (2018). *Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kesiediaan Berbelanja Di Pasar Tradisional Wilayah Kabupaten Sukoharjo*. Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi, Vol. 9 No. 2: 174-190, Oktober 2018, Issn. 2085-7721 Website : [Http://Journal.Umy.Ac.Id/Index.Php/Bti](http://Journal.Umy.Ac.Id/Index.Php/Bti)
- Nurfaisah. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai*. Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassa
- Saodah, D. S., & Malia, R. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)*. Journal Agrosience Vol. 7 No. 1 Tahun 2017.