

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS ORGANIK DI KABUPATEN BLITAR

Diterima: 24 Agustus 2022
Revisi: 15 September 2022
Terbit: 29 September 2022

¹Anggi Anggraeni, ²Yuhanin Zmrodah, ³Luhur Aditya Prayudhi
^{1,2,3}Fakultas Pertanian, Universitas Islam Balitar Blitar
^{1,2,3}Blitar, Indonesia
E-mail: anggi4567aw@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras organik. Kriteria yang ditentukan: berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, waktu konsumsi, dan jumlah konsumsi yang pernah dilakukan. Penelitian juga bertujuan untuk mengetahui faktor perilaku konsumen apa saja yang dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian beras organik di daerah peneliti. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian beras organik dan teknik yang digunakan adalah Non Probability sampling dengan metode Purposive Sampling. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen menunjukkan sudah valid dan reliabel serta sudah lolos dari uji asumsi klasik. Selanjutnya variabel sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian beras organik. Selanjutnya variabel psikologi, pribadi, sosial, dan budaya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian beras organik.

Kata Kunci : budaya, pembelian, pribadi, psikologi, sosial.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the characteristics of consumers in making organic rice purchase decisions. Specified criteria: by age, gender, education, occupation, income, number of family members, time of consumption, and amount of consumption ever made. The study also aims to find out what consumer behavior factors can influence the purchasing decision of organic rice in the research area. The population used is consumers who have purchased organic rice and the technique used is Non Probability sampling using the Purposive Sampling method. The results showed that independent variables showed that they were valid and real and had passed the classical assumption test. Furthermore, social variables partially affect the purchasing decision of organic rice. Furthermore, psychological, personal, social, and cultural variables have a simultaneous significant effect on organic rice purchasing decisions.

Keywords: culture, purchasing, personal, psychology, social.

PENDAHULUAN

Pertanian dan bahan kimia merupakan hal sudah tidak dapat dipisahkan. Penggunaan bahan kimia sebagai pupuk maupun pestisida merupakan hal yang umum dalam budidaya di bidang pertanian, namun ada banyak dampak negative dalam penggunaan berkelanjutan dalam penggunaan bahan kimia ini. Pertanian organik yang dipelopori oleh para pakar pertanian dinilai dapat mengurangi dampak negatif dari penerapan bahan kimia pada produk dan budidaya pertanian. Pertanian organik secara ekologi dinilai lebih ramah terhadap lingkungan sehingga selain dapat mencukupi kebutuhan pangan manusia namun juga terjamin keamanan untuk kegiatan konsumsi. Produk pertanian organik merupakan produk pangan yang aman dikonsumsi karena tidak terjadi penggunaan bahan kimia dalam proses budidayanya melainkan menggunakan bahan alami. Karbohidrat, protein, zat besi, dan kalori merupakan sumber energy utama sebagian besar masyarakat Indonesia dengan karbohidrat sebagai sumber utama energy. Dalam karbohidrat terdapat kandungan berupa glukosa yang diperlukan tubuh untuk memenuhi kebutuhan fisiologis lainnya. Asupan karbohidrat dan kalori memiliki batasan sehingga harus dikontrol konsumsinya dalam tiap satu hari agar tidak berdampak pada perubahan berat badan (Firani, 2017). Konsumsi berlebihan ini akan menyebabkan obesitas dimana jumlah kalori yang dibakar melebihi jumlah kalori yang dikonsumsi.

Konsumsi kalori digunakan untuk melakukan aktivitas fisik dan keberlangsungan hidupnya namun, perlu adanya keseimbangan pada energy yang diserap dan yang dikeluarkan. Menurut Evan, 2017 menyatakan bahwa jika terjadi ketidak seimbangan antara energi yang masuk dan energy yang keluar akan terjadi yang namanya kelebihan berat badan atau obesitas. Menurut Kementerian Pertanian (2018) perkembangan beras organik di Indonesia semakin diminati pasar ekspor, sehingga mengalami peningkatan volume ekspornya dari tahun ke tahun. Volume ekspor dari tahun 2016 hanya sebesar 81 ton, sedangkan pada tahun 2018 Kementerian Pertanian telah menerbitkan ekspor 143 ton beras organik. Pola hidup sehat mulai disadari masyarakat dengan cara hidup sehat dan langkah tersebut dimulai dengan mengkonsumsi makanan yang sehat. Hal ini bersinergi dengan meningkatnya jumlah konsumsi beras organik karena memiliki kandungan gizi yang tinggi dan bebas dari zat kimia.

Perkembangan makanan sehat saat ini telah berkembang dengan pesat. Produsen makanan tidak hanya menjual produk makanan yang diterima secara sensoris namun juga memiliki nilai gizi tinggi. Karena itu muncul kategori jenis pangan baru (Winarno, 2015). Manusia dalam kehidupan sehari-hari selalu membutuhkan makanan sebagai kebutuhan primer dan pakaian sebagai kebutuhan sekunder, dan kebutuhan itu harus selalu terpenuhi karena merupakan kebutuhan dasar dan masuk dalam konsumsi berkelanjutan masyarakat. Dilihat dari perkembangan, kecenderungan pergeseran pola konsumsi dari mengkonsumsi produk konvensional ke produk organik telah menjadi sebuah fenomena menarik 3 dewasa ini, munculnya kesadaran masyarakat akan bahaya kandungan zat kimia membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih suatu produk terlebih untuk produk yang konsumsinya. Oleh karena itu membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih suatu produk terlebih dahulu untuk yang akan dikonsumsi.

Pemahaman perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam kasus ini. Umumnya beras organik tersedia dan dijual di ritel-ritel modern. Hal ini dikarenakan beras organik merupakan beras berkualitas tinggi dan mahal sehingga

cenderung tersedia di ritel-ritel modern atau tempat tertentu. Selain itu, keamanan beras organik yang lebih terjamin melalui kemasan pada produknya. Gaya hidup sehat yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat dari beras anorganik menjadi beras organik sejalan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian bahan pokok tersebut.

Permintaan terhadap beras organik tidak terlepas dari peran konsumen dalam menilai dan mengidentifikasi produk tersebut sehingga nantinya akan memutuskan melakukan pembelian atau tidak. Perilaku konsumen yang berbedabeda membuat pengusaha untuk dapat mengetahui apa saja factor-faktor yang mempengaruhi terhadap proses keputusan pembelian. Beras organik merupakan produk alami tanpa menggunakan bahan kimia dalam proses pembudidayanya sampai masa panennya, sehingga ini merupakan nilai tambah terhadap penilaian konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan mengetahui berbagai macam perilaku konsumen yang diperoleh dari lapangan maka suatu perusahaan akan melakukan strategi pemasaran yang mendukung kelangsungan transaksi antara produsen dengan konsumen. Kebijakan strategi pemasaran yang dilakukan akan menentukan tujuan perusahaan akan tercapai secara maksimal.

Peneliti memutuskan melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. Daerah penelitian ini sebagian besar aktivitas konsumsi beras organik hanya dilakukan oleh kalangan menengah keatas sehingga adanya kesenjangan yang signifikan dalam keputusan pembelian beras organik. Sehingga pembelian beras organik sangat terbatas dikarenakan harga yang lebih mahal dan masih sedikit penjual beras organik akibatnya terjadi kesulitan dalam mendapatkan beras organik. Hal ini membuat konsumsi beras organik masih terbatas dan pembelian banyak dilakukan tidak secara terus-menerus dan berulang. Peneliti ingin membuktikan apakah hal tersebut merupakan faktor utama dalam hal konsumsi beras organik. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian tentang factor-faktor yang mempengaruhi dalam perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian beras organik.

METODE PENELITIAN

Metode Pengambilan Sampel. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study), yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan, karena studi kasus merupakan metode yang dijelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik accidental sampling yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai responden (Sugiyono, 2010). Sesuai dengan Teori Bailey yang menyatakan bahwa penelitian yang menggunakan analisa statistik, ukuran responden paling minim adalah 30 responden. Untuk mewakili populasi, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 orang yang sejalan dengan Teori Bailey. Pengambilan Jumlah responden sengaja ditentukan karena responden merupakan konsumen akhir yang tidak diketahui berapa jumlah atau ketersediaannya pada saat peneliti melakukan penelitian.

Metode Pengambilan Data. Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dan tidak langsung melalui media online terhadap konsumen akhir yang membeli produk beras dengan menggunakan daftar pertanyaan dan pernyataan (kuisisioner) yang telah

disiapkan sebelumnya kemudian diberikan scoring dengan menggunakan skala likert. Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi-instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik dan literature atau buku-buku pendukung lainnya. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Beberapa metode pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini antara lain angket, data primer dan data sekunder.

Angket (kuesioner) secara online Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online dimana penulis memanfaatkan google form sebagai alat dari kuesioner yang dibuat dengan alasan cakupannya lebih luas, lebih menghemat waktu dan biaya dalam penyebaran kuesioner. Data primer dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara. Observasi Teknik observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai obyek yang akan diteliti. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai beras organik dari para konsumen yang ditemui untuk melakukan pengisian kuisisioner penelitian. Proses wawancara meliputi 25 penyebaran kuisisioner secara online maupun secara langsung kemudian dilakukan wawancara secara langsung saat dilakukan penyebaran kuisisioner secara langsung. Pengumpulan data sekunder dilakukan studi pustaka dengan mengumpulkan data yang berasal dari internet atau sumber-sumber literatur yang lain, yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data.Skala likert digunakan untuk mengukur persepsi atau perilaku seseorang. Skala ini menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh peneliti dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden. Dalam skala likert, variable yang diukur akan dijabarkan menjadi indicator variable, kemudian berupa pernyataan. Pilihan jawaban responden dalam bentuk skala ukur telah disediakan, yaitu sangat setuju(4), setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Sebelum digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, kuisisioner penelitian berupa indicator-indikator dari semua variable terkait (dependent) variable bebas (independent) diuji coba terlebih dahulu. Uji coba kuisisioner pada indicator variable-variabel yang diteliti dilakukan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya kuisisioner akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Baik buruknya kuisisioner 26 ditunjukkan oleh tingkat kesahihan (validity) dan keandalan (realbility), sehingga nantinya dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk penelitian pada konsumen akhir yang membeli beras organik.Uji coba kuisisioner dilakukan pada 30 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Validasi**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	30	1	3	2.23	.568
X1.2	30	2	4	2.57	.626
X1.3	30	2	4	2.77	.679
X2.1	30	1	3	2.13	.507
X2.2	30	1	3	2.17	.592
X2.3	30	2	3	2.60	.498
X3.1	30	2	4	2.93	.521
X3.2	30	1	4	2.30	.596
X3.3	30	2	3	2.63	.490
X4.1	30	2	4	3.10	.548
X4.2	30	2	4	3.17	.592
X4.3	30	2	4	3.20	.484
Y1	30	1	3	1.57	.626
Y2	30	1	4	2.83	.834
Y3	29	2	4	2.97	.626
Y4	29	1	3	2.45	.686
Valid N (listwise)	28				

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji sejauh mana kebenaran alat ukur yang mengungkapkan konsep kejadian yang diukur. Konsep dari uji validitas disini yaitu, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif maka butir pernyataan atau indikator dari variabel bebas (X) dinyatakan valid. Apabila r hitung > dari r tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) maka pernyataan dalam setiap variabel bebas dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat ukur untuk bisa dimanfaatkan lagi untuk penelitian yang sama. Dapat dijelaskan jika suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan Menurut Wiratna Sujarweni tahun 2014, kuisisioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha lebih dari 0,6. Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

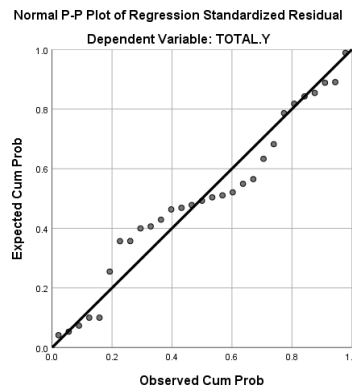
Item-Total Statistics				
Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
X1.1	38.37	10.861	.339	.695
X1.2	38.03	10.585	.363	.690
X1.3	37.83	10.213	.411	.679
X2.1	38.47	11.154	.308	.602
X2.2	38.43	11.151	.241	.611
X2.3	38.00	11.379	.246	.610
X3.1	37.67	11.402	.222	.613
X3.2	37.97	11.413	.242	.611
X3.3	37.77	11.495	.239	.612
X4.1	37.50	11.431	.196	.617
X4.2	37.43	11.702	.099	.633
X4.3	37.40	11.145	.333	.699
Y1	37.77	10.116	.310	.600
Y2	37.63	11.413	.160	.624
Y3	38.13	11.637	.076	.641

Sumber : Data Primer SPSS Diolah (2022)

Hasil uji reliabilitas pada tabel *Cronbach's Alpha if Item Deleted* diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini mempunyai koefisien Alpha atau *Cronbach Alpha's* yang lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel. Sehingga item – item pernyataan pada masing – masing variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independent (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat) terdistribusi secara normal atau tidak. Persyaratan uji normalitas adalah apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dipastikan bahwa model regresi memenuhi syarat asumsi klasik yaitu asumsi normalitas dan dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat disebut bahwa model regresi tidak memenuhi uji asumsi klasik atau asumsi normalitas dan dapat disebut bahwa data tidak terdistribusi secara normal. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut ini :

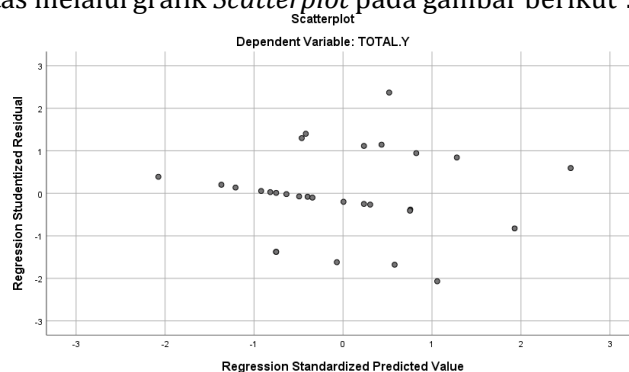


Gambar2. Hasil Uji Normalitas

Dari gambar 2 tersebut didapatkan hasil bahwa semua data terdistribusi normal, karena dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal. Sehingga model regresi memenuhi syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas.

Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat memanfaatkan metode grafik *Scatterplot* yang dihasilkan dari output SPSS versi 16. Untuk melihat apakah dari model regresi terjadi heterokedastisitas yaitu dengan melihat apakah titik – titik pada gambar hasil output SPSS terdapat pola yang jelas atau tidak. Apabila terdapat pola tertentu (melebar atau mengecil) maka dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas, tetapi sebaliknya apabila titik – titik menyebarkan merata dan tidak membentuk pola tertentu dan teratur serta titik – titik menyebarkan di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi. Berikut hasil pengujian heterokedastisitas melalui grafik *Scatterplot* pada gambar berikut :



Gambar. Grafik Scatterplot

Dari grafik diatas terlihat titik – titik yang menyebarkan secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu (melebar atau mngecil), serta tersebar teratur diatas ataupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti dapat dijelaskan tidak ada penyimpangan asumsi klasik atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi yang dibuat.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat pada grafik output SPSS 16 pada nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* menunjukkan lebih besar dari 0,100 (nilai *tolerance* > 0,100) dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10,00 (VIF < 10,00) maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi. Berikut hasil pengujian multikolinieritas melalui tabel 11 output SPSS.

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	3.719	1.162		3.201	.004		
BUDAYA	.208	.107	.433	1.948	.063	.535	1.868
SOSIAL	.261	.081	.572	3.219	.004	.837	1.195
PRIBADI	-.037	.095	-.084	-.392	.698	.574	1.742
PSIKOLOGI	-.161	.085	-.329	-	.070	.870	1.150
				1.890			

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF semua variabel dalam penelitian ini lebih kecil dari 10,00 (VIF < 10,00). Sedangkan nilai *tolerance* dari semua variabel independen lebih besar dari 0,10 (*tolerance* > 0,10). Dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independent yang nilainya lebih dari 90%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji t Hitung

Uji t hitung digunakan untuk mengetahui apakah masing – masing variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dapat juga disebutkan jika nilai sig. < 0,05 atau t hitung > t tabel maka hasilnya signifikan dan dapat diartikan H₀ ditolak dan H_a diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sedangkan apabila nilai sig. > 0,05 atau t hitung < t tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H₀ diterimadan H_a ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Untuk menentukan nilai t tabel maka harus melakukan perhitungan melalui rumus $t(\alpha; n-k-1)$.

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	3.719	1.162		3.201	.004		
BUDAYA	.208	.107	.433	1.948	.063	.535	1.868
SOSIAL	.261	.081	.572	3.219	.004	.837	1.195
PRIBADI	-.037	.095	-.084	-.392	.698	.574	1.742
PSIKOLOGI	-.161	.085	-.329	-	.070	.870	1.150
				1.890			

Berdasarkan tabel diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh “Budaya” terhadap keputusan pembelian beras organik secara parsial dapat dilihat sebagai berikut :

Nilai t hitung antara X1 (Budaya) dengan Y (keputusan pembelian beras organik) menunjukkan nilai sebesar 1,948. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05 ; 25$) adalah sebesar 2,059. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung < t tabel yaitu $1,948 < 2,059$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,063 yang artinya $0,063 > 0,05$ maka dapat dijelaskan bahwa X1 (Budaya) adalah tidak signifikan. Hal ini dapat diartikan secara parsial dan H_1 ditolak, artinya faktor Budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik. Secara parsial faktor Budaya tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

2. Pengaruh “Sosial” terhadap keputusan pembelian beras organik secara parsial dapat dilihat sebagai berikut :

Nilai t hitung antara X2 (sosial) dengan Y (keputusan pembelian beras organik) menunjukkan nilai sebesar 3,219. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05 ; 25$) adalah sebesar 2,059. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung > t tabel yaitu $3,219 > 2,059$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,004 < 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa X2 (Sosial) adalah signifikan. Hal ini dapat diartikan secara parsial H_2 diterima, artinya faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik. Secara parsial faktor sosial mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

3. “Pribadi” terhadap keputusan pembelian beras organik dapat dilihat sebagai berikut :

Nilai t hitung antara X3 (Pribadi) dengan Y (keputusan pembelian beras organik) menunjukkan nilai sebesar -0,392. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05 ; 25$) adalah sebesar 2,064. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung < t tabel yaitu $-0,392 < 2,064$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,698 > 0,05, maka dapat dijelaskan bahwa X3 (Pribadi) adalah tidak signifikan. Hal ini dapat diartikan secara parsial H_3 ditolak, artinya faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kopi beras organik. Secara parsial faktor pribadi tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

4. Pengaruh “Psikologi” terhadap keputusan pembelian beras organik secara parsial dapat dilihat sebagai berikut :

Nilai t hitung antara X4 (Psikologi) dengan Y (keputusan pembelian beras organik) menunjukkan nilai sebesar -1,890. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05 ; 25$) adalah sebesar 2,064. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung < t tabel yaitu $-1,890 < 2,064$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,070 < 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa X4 (budaya) adalah tidak signifikan. Hal ini dapat diartikan secara parsial H_4 ditolak, artinya faktor psikologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik. Secara parsial faktor psikologi tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Berdasarkan data diatas, dapat dijelaskan bahwa variabel psikologi, pribadi, dan budaya secara parsial tidak mempengaruhi keputusan pembelian beras organik. Sedangkan variabel sosial secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian beras organik.

Uji F Hitung

Uji F atau pengujian model regresi secara bersamaan atau simultan untuk mengetahui hasil dari analisis regresi linier berganda signifikan atau tidak. Apabila

hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan apabila hasil tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini juga dapat digambarkan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ Sebelum membandingkan antara F_{tabel} dengan F_{hitung} , mencari letak F_{tabel} nya terlebih dahulu dengan rumus dibawah ini :

$$f_{tabel} = k ; n-k = 4 ; 26 = 2,74$$

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.855	4	.964	3.207	.003b
Residual	7.512	25	.300		
Total	11.367	29			

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PSIKOLOGI, PRIBADI, SOSIAL,BUDAYA

hitung sebesar 3.207 serta F_{tabel} adalah sebesar 2,74. Dapat dituliskan F_{hitung} yaitu $3.207 > F_{tabel}$ yaitu 2,74. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima yang berarti terdapat pengaruh $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 secara simultan terhadap Y . Atau dengan kata lain keputusan pembelian beras organik dapat dipengaruhi secara simultan oleh faktor budaya, social, pribadi dan psikologi.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.582a	.339	.233	.548

a. Predictors: (Constant), PSIKOLOGI, PRIBADI, SOSIAL,BUDAYA

b. Dependent Variable: PEMBELIAN Sumber : Lampiran output SPSS, 2022

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R^2 sebesar 0,339. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 secara simultan terhadap variabel Y atau faktor budaya, social, pribadi dan psikologi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian beras organik adalah sebesar 33,9%. Sedangkan sisanya sebesar 66,1% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Koefisien regresi

Dengan memanfaatkan program SPSS versi 16.0 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,719 + 0,208 X_1 + 0,261 X_2 + -0,037 X_3 - (-0,161) X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 3,719 menunjukkan bahwa jika X (Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi) nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian beras organik nilainya sebesar 3,719.

- 0,208 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor Budaya sebesar 1% dalam penjualan beras organik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian beras organik sebesar 0,208 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
- 0,261 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor Sosial sebesar 1% dalam penjualan beras organik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian beras organik sebesar 0,261 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
- -0,037 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor Pribadi sebesar 1% dalam penjualan beras organik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian beras organik sebesar -0,037 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
- -0,161 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor Psikologi sebesar 1% dalam penjualan beras organik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian beras organik sebesar -0,161 dengan asumsi variabel yang lain tetap.

Untuk mengetahui diantara keempat variabel independen tersebut yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien beta masing – masing. Koefisien beta merupakan nilai dari koefisien regresi yang telah distandarisasi dan gunanya untuk membandingkan diantara variabel independen yang dominan terhadap variabel dependen.

Dari tabel 13 dapat dilihat nilai koefisien beta untuk masing – masing variabel independen tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai koefisien beta X1 (Faktor Budaya) adalah 0,208
2. Nilai koefisien beta X2 (Faktor Sosial) adalah 0,261
3. Nilai koefisien beta X3 (Faktor Pribadi) adalah -0,037
4. Nilai koefisien beta X4 (Faktor Psikologi) adalah -0,161 Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara keempat variabel independen dalam penelitian ini yang lebih dominan pengaruhnya adalah faktor sosial dengan nilai koefisien beta tertinggi sebesar 0,261.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan variabel independen (psikologi, pribadi, sosial, dan budaya) menunjukkan sudah valid dan reliabel serta sudah lolos dari uji asumsi klasik. Selanjutnya variabel sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian beras organik. Selanjutnya variabel psikologi, pribadi, sosial, dan budaya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian beras organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2011. *Analisis Regresi Teori Kasus dan Solusi*. Edisi 2. BPFE. Yogyakarta.
- Aprilianty, F. & Purwanegara, M.S., 2015. *Neuromarketing: Sains Dalam Marketing*. [Http://www.marketing.co.id/Neuromarketing-Sains-Dalam-Marketing/](http://www.marketing.co.id/Neuromarketing-Sains-Dalam-Marketing/) (18 Juni 2022)
- Bsn. 2015 Standart Nasional Indonesia 6128:2015 Tentang Beras. Badan Standarisasi Nasional
- Dharma, Ni Made Putri Agustini. "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik."

Anggi Anggraeni, Yuhanin Zamrodah, Luhur Aditya, 2022. Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Organik di Kabupaten Blitar.
Journal Grafting. (2022), 12(2) 83-94

(2021).

- Engel, J.F., B. Roger., dan P. Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Budiyanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Evan. *Hubungan Antara Pola Makan Dengan Kejadian Obesitas Pada Mahasiswa Di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang*. Nurs News. 2017;2(3):1-10.
- Hutagalung, R. B. dan N. Aisha, 2010. *Analisis Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Dua Ponsel (GSM Dan CDMA) Pada Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Usu*. Jurnal Kementerian, Pertanian. (2016). *Petunjuk Teknis Budidaya Padi Organik*. Balai
- Kotler. P. 2011. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Jurnal Moneter Mowen, J.C. 2009. *Consumer Behavior*. Macmillan Publishing Company. Newyork.
- Novi, Khila Firani (2017) *Metabolisme Karbohidrat: Tinjauan Biokimia Dan Patologis*. Ub Press.
- Nurgiyantoro. B. 2010. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu Sosial*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. Riskesdas. Profil Data Kesehatan. In 2018
- Safitri I, Endang Sr, Heru I. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Kota Surakarta*. Skripsi Program Sarjana Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Safitri, Ida. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Kota Surakarta." (2017).
- Sosianika, Adila, And Niky Juliani. "Studi Tentang Perbedaan Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Karakteristik Konsumen." *Sigma-Mu* 9.1 (2017): 9-18.
- Sri Suliartini, Ni Wayan, Gusti R. Sadimantara, Teguh Wijayanto, Dan Muhidin. 2011. *Pengujian Kadar Antosianin Padi Gogo Beras Merah Hasil Koleksi Plasma Nutfah Sulawesi Tenggara*. *Crop Agro* Vol.4 No.2 – Juli 2011.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta. Bandung
- Sulistyowati, Eny Motivasi. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit Di Yogyakarta*
- Sunarto. 2018. Vol. V No. 1 April 2018. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi A3*.
- Swastha, B., Dan H. Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Bpfe. Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi Offset. Edisi Iii. Yogyakarta
- Vishnu, Parmar & Raheem, Ahmed Rizwan, 2013. "Factors Affecting Impulse Buying Behavior", *European Journal Of Scientific Research*, Vol. 100(3): 67-69. [Http://www.europeanjournalofscientificresearch.com/Issues/Ejsr_100_3.htm](http://www.europeanjournalofscientificresearch.com/Issues/Ejsr_100_3.htm) (18 Juni 2022)