

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS PREMIUM DI RITEL  
MODERN (Indomaret dan Alfamart) KECAMATAN  
BELITANG MADANG RAYA  
KABUPATEN OKU TIMUR**

Aisah <sup>1</sup> Anggi Fatmayati <sup>2</sup> Angellita Saputri <sup>3</sup>

<sup>1</sup>Dosen Pembimbing dari PS Agribisnis STIPER Belitang

<sup>2</sup>Dosen Pembimbing dari PS Agribisnis STIPER Belitang

<sup>3</sup>Mahasiswa dari PS Agribisnis BKU Agribisnis STIPER Belitang

Jl. Kampus Pertanian No.03 Tanah Merah Belitang Madang Raya Kabupaten OKU Timur

Email : [aisahputbel@gmail.com](mailto:aisahputbel@gmail.com), [fatmayatianggi@gmail.com](mailto:fatmayatianggi@gmail.com), [anglita.putr@gmail.com](mailto:anglita.putr@gmail.com)

**abstract**

Rice is a very important staple food in the world, including Indonesia. Indonesia is one of the countries with the highest rice consumption in the world, this is because rice has become a culture that cannot be separated from the Indonesian population. As a consumer product, rice depends a lot on whether many people will consume it. The more people consume rice, the higher the demand for rice. As Indonesia's population increases, demand for rice also increases. Although efforts have been made to reduce rice consumption through food diversification, the pace of development is still lower than the rate of population growth so demand for rice remains high.

Modern retailers such as Indomaret and Alfamart which are found in several villages in the Belitang Madang Raya District make it easier for consumers to buy high quality rice because their presence has spread to the villages. Some are even open until 22.00 at night. The current public opinion is that people in the Belitang Madang Raya District buy quality rice from modern retailers because they already have names like Indomaret and Alfamart. This modern retail provides premium quality types of rice with various types and brands of premium rice and the arrangement of the products offered is complete, there are sales assistants providing good service, comfortable and safe facilities. The development of modern retail provides more alternatives for consumers to choose places to shop to meet their needs. This is what makes modern retail superior to others. Consumer preferences, in general, when making a purchase, will usually look at various aspects, especially the attributes of the product itself. In rice, several attributes are usually considered when buying rice, namely taste, color, size, cleanliness, aroma, price, where premium rice usually has quality that tends to be superior to all of these attributes, so it is not surprising that consumer preferences are more inclined towards premium rice compared to medium rice. However, with changes in policy regarding rice, it can indirectly cause changes in consumer behavior in purchasing rice.

The objectives of this research are 1) To describe the characteristics of consumers who buy premium rice at the Modern Retail in Belitang Madang Raya District. 2) To describe the stages of the decision to purchase premium rice in modern retail in Belitang Madang Raya District.

3). To analyze consumer preferences for premium rice in modern retail in Belitang Madang Raya District.

Results and discussion Characteristics of premium rice consumers in modern retail in Belitang Madang Raya District are consumers with an average age of 25 to 35 years, high school education level, 4 family members, self-employed and employees with an average income of  $\geq$  Rp. 5,000,000. Stages of the decision process to purchase premium rice at modern retail in Belitang Madang Raya District, namely the reason for consuming it is due to health benefits and other factors such as price, easy to obtain and lifestyle. The benefit that consumers want is for their own consumption as a guarantee of guaranteed and quality nutrition. Consumers learn about premium rice from friends, family and advertisements, as well as places where purchases are made at Indomaret and Alfamart. Consumers consider buying premium rice because of the benefits of the product, and will buy other brands if premium rice runs out. Consumers buy premium rice in a planned manner, choose modern

retail because it is close to where they live, and consider the price of premium rice commensurate with the quality and benefits. Consumers are satisfied while consuming premium rice. Consumer preferences for premium rice in modern retail in Belitang Madang Raya District are that consumers like affordable rice prices, premium rice that is clean, has a fragrant aroma, rice brands that are considered important, and consumer income is  $\geq$  IDR 2,600,000. Then, of these five factors, the respondent's income is considered more important in influencing the decision to purchase premium rice because it has an importance value of 29.295% compared to other factors such as cleanliness, price, aroma and brand of rice. Based on the Pearson's R and Kendall's tau tests, an average value of 0.9125 or 91.25% was obtained, meaning that 91.25% of consumer preferences, namely income, cleanliness, price, brand and aroma, influence the decision to purchase premium rice and the remaining 8.75% is influenced by other variables not studied such as rice shape, rice color, rice taste, durability and packaging size. Thus, both tests are at a significant level. This means that there is a real and strong correlation between the conjoint results of consumer preferences, namely income, cleanliness, price, brand and aroma, with the decision to purchase premium rice in modern retail in Belitang Madang Raya District.

*Keyword:* consumer preferences, *Modern retailers, Premium rice.*

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bidang pangan kembali menjadi salah satu sektor pembangunan yang menjadi prioritas. Komitmen tersebut terlihat melalui anggaran ketahanan pangan yang secara umum cenderung meningkat selama periode 2018-2023. Anggaran tersebut diimplementasikan melalui beberapa program strategis yang diupayakan untuk mewujudkan kemandirian pangan di tengah meningkatnya ancaman atas ketersediaan pangan nasional. Secara umum terdapat tiga belas komoditas pangan strategis yang menjadi fokus dalam mewujudkan kemandirian dan ketahanan pangan, yaitu padi/beras, jagung, kedelai, bawang merah, bawang putih, cabai merah, cabai rawit, daging ayam, telur ayam, daging sapi/kerbau, tebu/gula pasir, dan minyak goreng. Namun, dalam beberapa tahun terakhir Pemerintah berfokus pada peningkatan produksi pada tiga komoditas dengan tingkat konsumsi yang paling banyak di Indonesia, yaitu padi/beras, jagung, dan kedelai. Hal ini juga sejalan dengan peranan yang signifikan dari ketiga komoditas tersebut dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan inflasi bahan makanan. Ketahanan pangan dikatakan tercapai apabila tuntutan konsumsi pangan memenuhi kebutuhan dalam jumlah dan mutu yang baik, aman, beragam, bergizi, merata, tidak bertentangan dengan agama, kepercayaan, dan budaya masyarakat, dan terjangkau bagi negara dan individu. Sehingga dapat menjadi tolak ukur landasan pembangunan manusia komprehensif jangka panjang pada masyarakat Indonesia (Ervina, 2023).

Beras merupakan bahan makanan pokok yang sangat penting di dunia, termasuk Indonesia.

Indonesia adalah salah satu negara dengan konsumsi beras tertinggi di dunia, hal ini disebabkan karena beras telah menjadi budaya yang tidak dapat dipisahkan dari penduduk Indonesia. Sebagai produk konsumen, beras sangat bergantung pada apakah banyak orang yang akan mengkonsumsinya. Semakin banyak masyarakat yang mengkonsumsi beras maka semakin tinggi pula permintaan terhadap beras. Seiring bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, permintaan akan beras juga meningkat. Meskipun upaya untuk mengurangi konsumsi beras melalui diversifikasi pangan telah dilakukan, namun laju pembangunan masih lebih rendah dibandingkan laju pertumbuhan penduduk sehingga permintaan terhadap beras masih tetap tinggi. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan beras, setiap orang perlu selalu dinamis dalam memantau setiap perkembangan yang terjadi untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya, termasuk kebutuhan pangan (Ervina, 2023).

Kabupaten OKU Timur merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan dengan luas wilayah mencapai 3.370 km<sup>2</sup> yang memiliki 20 kecamatan, 7 kelurahan, dan 325 desa. Salah satu kecamatan di Kabupaten OKU Timur yaitu Kecamatan Belitang Madang Raya memiliki luas wilayah sebesar 163,56 km<sup>2</sup> yang terbagi menjadi 17 desa. Menurut Badan Pusat Statistik wilayah ini memiliki tiga desa yakni Desa Tugu Harum, Desa Tulus Ayu, dan Desa Lubuk Harjo yang mengalami peningkatan dalam kemajuan pembangunan desa. Sedangkan penduduk berdasarkan data kependudukan dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil sebanyak 44.740

jiwa dengan tingkat kepadatan 273,54 jiwa per km<sup>2</sup>. Komposisi penduduk didominasi oleh penduduk yang berusia produktif. Hal ini terlihat dari besarnya proporsi penduduk muda/dewasa yang berusia antara 15 s.d 64 tahun yakni 68,67%. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa Kecamatan Belitang Madang Raya sedang mengalami bonus demografi yakni rendahnya beban ketergantungan (dependency ratio) dari penduduk usia anak-anak (di bawah 15 tahun) dan tua (di atas 64 tahun) yang harus ditanggung oleh penduduk usia produktif (15 s.d.64 tahun) (Anonim, 2022).

Jika fenomena ini dimanfaatkan dengan baik maka dapat mendorong peningkatan pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat kedepannya. Tingginya tingkat pembangunan ekonomi juga mempengaruhi besarnya pendapatan yang diterima masyarakat. Meningkatnya pendapatan masyarakat menyebabkan beralihnya konsumsi beras dari beras kualitas medium ke beras premium (kualitas tinggi). Sikap memilih beras yang layak dikonsumsi mencerminkan pola konsumsi beras mengalami perubahan akibat peningkatan taraf hidup masyarakat. Konsumen akan memilih beras dengan kualitas lebih baik untuk meningkatkan kepuasan. Perubahan tingkat pendapatan dan pendidikan mendorong perubahan preferensi konsumen terhadap produk. Saat ini konsumen sudah berubah pola konsumsi terhadap beras yaitu lebih memilih beras yang berkualitas premium. Beras premium memiliki kelebihan dan kekurangan, dimana kelebihan yaitu beras premium menghasilkan nasi yang pulen dan wangi, diproses dengan teknologi canggih, terdapat beberapa pilihan jenis beras. Sementara kekurangannya adalah tidak tersedia dalam bentuk per kilo atau per liter, harga yang relatif lebih mahal dibandingkan beras biasa (Bahari dan Taridala, 2015).

### B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya ?
2. Bagaimana tahapan Keputusan pembelian beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya ?
3. Bagaimana preferensi konsumen terhadap beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya ?

## III. Metode Penelitian

### A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Belitang Madang Raya Kabupaten OKU Timur dan Lubuk Harjo. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2023 sampai dengan Februari 2024.

### B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey adalah metode

penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variable dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variable sosiologi dan psikologi dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuisioner).

### C. Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh dengan menggunakan *Purposive Sampling*, dengan mengambil 30 sampel pembeli beras premium di Desa Tugu Harum, Tulus Ayu, dan Lubuk Harjo yang ada di Kecamatan Belitang Madang Raya dengan kriteria responden adalah penduduk Desa Tugu Harum, Tulus Ayu dan Lubuk Harjo yang mengkonsumsi beras premium.

### D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder

1. Data primer adalah data yang diambil berdasarkan kuisioner atau daftar pertanyaan.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari analisis dokumen-dokumen atau studi literatur.

### E. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data dengan menggunakan analisis Koinjoin dengan menggunakan software SPSS. Menurut Gudono (2011) secara umum bentuk rancangan pokok koinjoin sebagai berikut :

$$r f 0 \sum_{i=1} \sum_{j=1}^k$$

Keterangan :

$r f 0$  : preferensi (keseluruhan)

: Part - woth adalah nilai kegunaan dari atribut ke -i (i = 1,2 .....m) dengan level ke-j (j=1,2,.....k)

: banyaknya level dari atribut

: banyaknya atribut

: peubah dummy atribut ke-i level ke-j 1 apabila level ke-j dari atribut ke-i muncul dan bernilai 0 apa bila tidak.

Dimana :

$$0 \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k$$

Keterangan :

U (X) = semua nilai kegunaan dari satu alternatif .

: partworth atau nilai kegunaan dari atribut (harga, kepulenan, merek beras, Pendidikan dan pendapatan ). ke-1 taraf ke-j

i : taraf ke-j dari atribut (harga,kepulenan, merek, Pendidikan dan pendapatan) ke-i

M : jumlah atribut (harga, kepulenan, aroma, merek, pendidikan dan

pendapatan).  
: variabel *dummy* atribut (harga, kepulauan, aroma, merek, pendidikan dan pendapatan ) ke-I taraf ke-j ( bernilai 1 bila taraf yang berkaitan muncul dan 0 bila tidak).

#### IV. PEMBAHASAN

##### A. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Premium di Retail Modern Kecamatan Belitang Madang Raya.

Tahapan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras premium di retail modern Kecamatan Belitang Madang Raya adalah sebagai berikut :

##### 1. Penganalisa Kebutuhan

Proses Keputusan pembelian beras premium oleh konsumen ketika merasakan dan mulai mengenal produk tersebut . Pada umumnya, konsumen mulai mengenal kebutuhan akan beras premium tersebut pada saat konsumen mulai menyadari manfaat yang diperoleh, jika membeli dan mengkonsumsi beras premium.

Tabel 1. Tingkat Pengenal Kebutuhan Pada Beras Premium.

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
Alasan mengkonsumsi beras premium	Harga	5	16,67
	Mudah di dapat	3	10,00
	Kebiasaan gaya hidup	2	6,67
	Manfaat Kesehatan	10	33,33
	Lainnya	10	33,33
Total		30	100
Manfaat yang anda inginkan dalam mengkonsumsi beras premium	Sebagai pemenuhan gizi yang terjamin dan bermutu	30	
Total		30	100
Tujuan anda mengkonsumsi beras premium	Dikonsumsi sendiri	30	100
Total		30	100

Sumber : Olahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel di atas atribut pertama yakni alasan konsumen mengkonsumsi beras premium pada tahap pengenalan kebutuhan sebanyak 5 orang atau 16,67 persen menjawab harga, hal ini dikarenakan harga beras premium yang lebih terjangkau dan sesuai dengan tingkat pendapatan sehingga mengakibatkan konsumen membeli beras premium tersebut, 3 orang atau 10,00 persen menjawab mudah didapat, dimana konsumen dapat membeli beras premium di ritel modern terdekat sehingga mudah dijangkau dengan waktu pembelian bisa kapan saja. 2 orang atau 6,67 persen berdasarkan kebiasaan gaya hidup dimana konsumen sadar akan pentingnya gaya hidup sehat. 10 orang atau 33,33 persen menjawab dikarenakan manfaat kesehatan

dimana konsumen sudah terlebih dahulu mengetahui tentang kandungan dan manfaat dari mengkonsumsi beras premium, untuk itu konsumen melakukan pembelian. dan 10 orang atau 33,33 persen menjawab dengan alasan lainnya diantaranya tingkat kepentingan mengkonsumsi beras premium dan faktor kebiasaan. Kedua, manfaat yang konsumen inginkan dalam mengkonsumsi beras premium yakni 30 orang atau 100 persen menjawab untuk pemenuhan gizi yang terjamin dan bermutu baik untuk kesehatan maupun lingkungan. Sedangkan atribut yang ketiga yaitu tujuan membeli beras premium sebanyak 30 orang atau 100 % menjawab untuk dikonsumsi sendiri di mana konsumen secara sadar melakukan pembelian untuk

kebutuhan sehari-hari.

## 2. Pencarian Informasi

Setelah pengenalan kebutuhan teraji maka konsumen akan mencari informasi yang berhubungan dengan beras premium yang akan di beli, baik pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan (pencarian

internal) maupun informasi yang diperoleh dari lingkungan (pencarian eksternal). Pencarian informasi merupakan tahap di mana konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak mengenai kebutuhannya.

Tabel 2. Tingkat Pencarian Informasi Beras Premium

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
Mengetahui beras premium	Dari teman dan keluarga	25	83,33
	Iklan	5	16,67
Total		30	100
Dimana membeli beras premium	Indomart	16	53,33
	Alfamart	14	46,67
Total		30	100
Beras premium yang sering anda Beli dalam satu bulan terakhir	Duo koki	12	40,00
	Udang	5	16,67
	Lawas	2	6,67
	Setra Ramos	10	33,33
	Setra Pulen	1	3,33
Total		30	100

Sumber : Olahan Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil penelitian pertanyaan pertama darimana anda mengetahui tentang beras premium, sebanyak 25 orang atau 83,33 persen menjawab dari teman dan keluarga, dan 5 orang atau 16,67 persen konsumen menjawab dari iklan, dengan alasan mereka sudah mengetahui mutu dan rasa beras yang mereka beli karena pembelian bukan pertama kalinya. Selain itu, beberapa konsumen menyatakan berawal dari ketidak sengajaan membeli kemudian di rasa enak membuat mereka membeli kembali. Adapun sebagian lainnya menjawab membeli dikarenakan rayuan dari teman dan keluarga yang terlebih dahulu membeli beras premium di ritel modern. Atribut yang kedua dimana konsumen melakukan pembelian beras premium sebanyak 16 orang atau 53,33 persen menjawab di Indomaret dan 14 orang atau 46,67 persen menjawab di Alfamart dengan alasan mereka membeli dipengaruhi oleh rasa kesadaran di dalam diri untuk membeli beras premium karena faktor kebutuhan dan ketersediaan beras di masing- masing tempat. Dengan

adanya fenomena kelangkaan beras premium maka tempat pembelian tidak menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian, bagi konsumen dimana ada stok beras premium maka disitulah mereka akan melakukan pembelian.

Atribut yang ketiga jenis beras premium yang sering konsumen konsumsi selama satu bulan terakhir sebanyak 12 orang atau 40,00 persen menjawab merek Dua Koki, sebanyak 5 orang atau 16,67 persen menjawab merek Udang, sebanyak 2 orang atau 6,67 persen menjawab merek Lawas, sebanyak 10 orang atau 33,33 persen menjawab merek Setra Ramos, dan sebanyak 1 orang atau 3,33 persen menjawab merek Setra Pulen. Dengan alasan beras premium diatas termasuk beras berkualitas dengan tingkat kebersihan tinggi, beras utuh tanpa patah, lebih pulen dibandingkan dengan beras medium, dan harga yang sama yakni Rp. 69.500 per 5 kg serta beras premium tersebut tersedia di ritel modern.

## 3. Evaluasi Alternatif

Berdasarkan hasil penelitian tahap evaluasi alternatif dalam penelitian ini

menggambarkan keyakinan dan sikap dari konsumen yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Dalam proses ini konsumen akan melakukan proses evaluasi mulai dari pertimbangan

utama saat membeli beras premium termasuk harga produk, kemasan produk, merek produk dan manfaat produk beras. Serta sikap jika beras premium yang ingin anda beli sedang habis.

Tabel 3. Tingkat Evaluasi Alternatif pada Beras Premium.

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
Pertimbangan Utama saat membeli beras premium	Harga Produk	6	20,00
	Merek Produk	7	23,33
	Manfaat Produk	14	46,67
	Lainnya	13	43,33
Total		30	100
Jumlah pembelian beras premium 5 kg		30	100
Total		30	100
Sikap jika beras premium habis	Beli di tempat lain	12	40,00
	Beli merek lain	18	60,00
Total		30	100

Sumber : Olahan Data Primer, 2024.

Atribut yang pertama yaitu pertimbangan utama saat membeli beras premium sebanyak 6 orang atau sebesar 20,00 % menjawab harga produk , pada Januari 2024 rata-rata harga beras kualitas premium di ritel modern sebesar Rp 69.500 per lima kg . Dimana salah satu keunggulan beras premium tidak perlu dibersihkan lagi langsung di cuci kemudian di masak. Sebanyak 7 orang atau 23,33 % menjawab merek produk dikarenakan sudah terbiasa mengkonsumsi beras premium dengan merek-merek tertentu saja. Sebanyak 14 orang atau 46,67 % menjawab manfaat produk, menurut beberapa konsumen beras premium mutu dari beras premium biasanya lebih memilih beras berwarna putih bersih mengkilap, memiliki persentase sebesar 16,67 persen beras kepala/utuh yang tinggi, serta tidak mengandung gabah atau benda asing. Beras berwarna putih mengkilap karena telah melewati proses penyosohan yang menghilangkan lapisan kulit ari (bran layers) pada butir beras. Sebanyak 13 orang atau 43,33 persen menjawab

lainnya, sebagian konsumen beras menyukai beras dengan tekstur nasi pulen, dan sebagian yang lainnya menyukai tekstur nasi pera.

Atribut yang kedua yaitu jumlah pembelian beras premium sebanyak 30 orang atau 100 persen menjawab 5 kg. Hal ini sesuai dengan kebijakan dari ritel modern sendiri yakni satu struk satu sak beras (5kg). Atribut yang ketiga sikap jika beras premium yang ingin anda beli sedang habis. Sebanyak 12 orang atau 40,00 persen menjawab tetap membeli di tempat lain dan 18 orang atau sebesar 60,00 persen menjawab membeli merek beras premium lainnya, karena banyaknya minat konsumen untuk membeli beras premium mengakibatkan stok beras premium di ritel modern mulai habis, dan sudah tidak banyak produk merek tertentu yang masuk ke ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart. Dengan demikian, sebagian besar konsumen lebih memilih beras premium yang tersedia karena khawatir tidak akan ada stok lagi jika tidak segera membelinya. Beberapa dari beras tersebut merupakan beras

berkualitas premium yang diketahui kadar airnya lebih sedikit dibandingkan beras jenis medium. Dan harga yang diterapkan beras premium sendiri lebih mahal dibandingkan beras jenis medium.

#### 4. Keputusan Pembelian

Langkah utama dalam proses Keputusan

Tabel 4. Tingkat Keputusan Pembeli pada Beras Premium.

	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
Keputusan membeli pertama kali	Terencana	20	66,67
	Tidak terencana	10	33,33
Total		30	100
Memilih ritel modern sebagai tempat berbelanja	Dekat dengan tempat tinggal	12	40,00
	Harga terjangkau	5	16,67
	Produk selalu tersedia	3	10,00
	Pelayanan memuaskan	10	33,33
Total		30	100
Berapa kali membeli beras premium selama satu bulan	Dua kali	12	40,00
	Tidak tentu	18	60,00
Total		30	100
Harga beras premium	Mahal	5	16,67
	Sepadannya dengan kualitas dan manfaat	25	83,33
Total		30	100
Keputusan pembelian selanjutnya	Terencana	15	50
	Tergantung situasi	15	50
Total		30	100

Sumber : Olahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan hasil dilapangan lapangan untuk atribut yang pertama yaitu keputusan untuk membeli beras premium pada pembelian pertama kalinya sebanyak 20 orang atau 66,67 persen menjawab terencana, dan sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33 persen menjawab tidak terencana. Atribut yang kedua yaitu memilih ritel modern sebagai tempat berbelanja sebanyak 12 orang atau 40,00 persen menjawab dekat dengan tempat tinggal, sebanyak 5 orang atau 16,67 persen menjawab harga terjangkau, sebanyak 3 orang atau 10,00 persen menjawab produk selalu tersedia serta 10 orang atau 33,33 persen menjawab dikarenakan pelayanan memuaskan . Atribut yang ketiga yakni berapa kali

pembelian konsumen adalah Keputusan untuk membeli. Setelah konsumen mengenali kebutuhan konsumen akan mencari informasi tentang produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut, dan mengevaluasi alternatif yang tersedia.

melakukan pembelian beras premium selama 1 bulan, sebanyak 12 orang atau 40,00 persen menjawab dua kali sebulan, sebanyak 18 orang atau 60,00 persen menjawab tidak tentu tergantung situasi dengan rata-rata konsumen membeli beras premium sebanyak tiga kali dalam sebulan. Atribut yang ketiga konsumen menilai tentang harga beras premium, sebanyak 5 orang atau 16,67 persen menjawab mahal dan sebanyak 25 orang atau 83,33 persen menjawab sepadan dengan kualitas dan manfaat beras premium. Keputusan untuk membeli beras premium pada pembelian selanjutnya, sebanyak 15 orang atau 50 persen menjawab terencana karena melihat kebutuhan stok yang sudah habis atau

menipis dan sebanyak 15 orang atau sebesar 50,00 persen menjawab tergantung situasi, hal ini dipengaruhi oleh ketersediaan beras premium di ritel modern mengingat adanya fenomena kelangkaan beras premium maka meskipun persediaan beras premium di rumah masih ada konsumen akan tetap membeli beras premium jika beras premium itu sendiri ada di ritel modern. Hal ini dikarenakan banyaknya konsumen yang akan membeli akan tetapi persediaan beras premium yang terbatas . Dengan demikian konsumen akan saling mendahului satu sama lain untuk membeli beras premium tersebut.

### 5. Evaluasi Pasca Pembelian

Evaluasi pasca pembelian adalah suatu proses setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Setelah membeli suatu produk, konsumen mengalami rasa dengan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang berbeda. Kepuasan dan ketidakpuasan

Preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen beras premium, juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut beras. Dengan menggunakan analisis preferensi ini akan diperoleh urutan kepentingan karakteristik beras seperti

apa yang paling penting atau paling disukai. Preferensi diartikan sebagai derajat kesukaan seseorang terhadap suatu jenis produk. Preferensi dapat terbentuk dari suatu persepsi konsumen terhadap

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di masa yang akan datang. Berdasarkan kuisioner menunjukkan bahwa pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi beras premium beragam yang paling banyak adalah pengalaman selama  $\leq 1$  tahun mengkonsumsi beras premium. Kemudian tanggapan konsumen setelah mengkonsumsi beras premium mengenai ketidakpuasan yang di alami konsumen adalah puas selama mengkonsumsi beras premium. Keadaan konsumen dalam membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh harga produk itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa apabila harga mengalami kenaikan, maka sebagian besar konsumen masih akan tetap membeli produk tersebut. Hal ini karena para konsumen tersebut sudah sangat yakin dengan kualitasnya yang ada pada produk tersebut mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen.

### B. Preferensi Konsumen Terhadap Beras di Ritel Modern

produk. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis Tingkat kepuasan bagi konsumen. Faktor yang merupakan bagian dari perilaku konsumen adalah preferensi konsumen. Menurut Kotler (2009), preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen. Konsumen memiliki sikap berbeda-beda dalam memandang atribut yang dianggap relevan penting dan akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat-manfaat yang dicarinya.

Tabel 5. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Dalam Pembelian Beras Premium di Ritel Modern Belitang Madang Raya .

Pernyataan	1	2	3	4	5
1	-	-	-	2	28
2	-	-	-	-	30
3	-	-	-	5	25
4	-	-	2	8	20
5	-	8	2	10	10
6	-	-	-	12	18
7	-	5	5	13	12



8	-	-	-	10	20
9	-	-	-	10	20
10	-	-	-	-	30

Sumber : Olahan Data Primer, 2024.

Keterangan :

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak Setuju
3. Kurang setuju
4. Setuju
5. Sangat setuju.

Berdasarkan hasil quisioner yang didapat dari lapangan, bahwa terdapat 10 pernyataan yang telah diisi oleh konsumen beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya. Sebanyak 93% konsumen menjawab sangat setuju membeli karena adanya kebutuhan, 7% lainnya menjawab setuju. 100% konsumen menjawab sangat setuju membeli beras premium sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas barang bagus. Selanjutnya sebanyak 83% sangat setuju dengan kualitas beras premium sangat bagus dibandingkan dengan beras biasa dan 17% orang lainnya menjawab setuju, hal ini di karenakan produk beras premium mempunyai mutu yang baik. Kemudian sebanyak 66% konsumen sangat setuju memutuskan untuk membeli beras premium di Indomaret dan Alfamart setelah membandingkan dengan lainnya, 28% menjawab setuju dan sebanyak 6% menjawab biasa saja, beberapa konsumen beras premium menyatakan bahwa dengan mutu dan kualitas yang terjangkau harga beras premium di ritel modern tidak beda jauh dengan harga beras yang ada di toko-toko beras lainnya. Sebanyak 66% konsumen memutuskan untuk membeli beras premium berdasarkan pengalaman orang lain, 29% orang menjawab tidak setuju hal ini karena menurut mereka membeli beras premium berdasarkan pengalaman sendiri, sisanya yakni 6 % menjawab biasa saja. Lalu sebanyak 60% konsumen sangat setuju kemasan beras premium sangat bagus dan menarik,

sebanyak 40% lainnya menjawab, mengulik tentang desain kemasan beras premium adalah jenis pangan unggulan dengan kualifikasi rekomened untuk dikonsumsi. Dengan fakta seperti itu, rasa kurang tepat kiranya apabila produk beras premium ini dikemas dengan kemasan yang kurang mendukung sifat premiumnya artinya kemasan yang kurang terlihat mewah dan menarik. Agar sifat premium dan nilai jualnya tetap terjaga, kemasan pada produk ini juga haruslah premium. Hal tersebut merupakan upaya untuk menambah kepercayaan konsumen akan kualitas dari produk beras premium yang ada di pasaran. Kemasan merupakan bagian terluar pelapis produk yang diibaratkan sebagai benteng yang bisa melindungi juga mengokohkan produk dalam jangka waktu tertentu. Ada sebanyak 40% menjawab sangat setuju membeli beras premium karena adanya bujukan orang lain, 43% setuju, 17 % biasa saja dan 17% lainnya tidak setuju. Selanjutnya 66% konsumen menjawab merasa sangat puas membeli beras premium sebanyak dan 44% lainnya setuju. Kemudian 66% konsumen sangat setuju tidak pernah kecewa setelah membeli beras premium, dan 44% lainnya konsumen menjawab setuju, konsumen menyatakan puas dengan pembelian beras premium selain karna mutu yang baik juga karna harga yang terjangkau untuk kalangan menengah ke atas. 100 % konsumen akan melakukan pembelian beras premium secara terus-menerus. Konsumen menyampaikan bahwa mereka ingin melakukan pembelian beras premium terus menerus akan tetapi harus disesuaikan dengan keadaan terutama mengenai persediaan beras itu sendiri.

### 1. Nilai Utulity (Kegunaan)

Nilai (*utility*) adalah nilai yang menyatakan utilitas masing-masing level dalam faktor. Apabila dalam grafik *utility* adalah positif, maka berarti responden tersebut menyukai level tersebut, dan

apabila negatif berarti responden tidak menyukai level tersebut. Nilai *utility* secara umum dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Rata-rata Nilai *Utility* (Kegunaan) pada Atribut Beras Premium.

		<b>Utility Estimate</b>	<b>Std. Error</b>
Harga	Mahal	-0,092	0,053
	Murah	0,092	0,053
Kebersihan	Ada kotoran	-0,125	0,053
	Bersih	0,125	0,053
Aroma	Tidak wangi	-0,042	0,053
	Wangi	0,042	0,053
Merek	Tidak penting	-0,058	0,053
	Penting	0,058	0,053
Pendapatan	< Rp 2.500.000	-0,392	0,053
	>Rp 2.600.000	0,392	0,053
(Constant)		3,208	0,053

Sumber : Olahan Data Primer, 2024.

Nilai *utility* yang dihasilkan dari analisis konjoin terdiri dari nilai positif dan negatif. Nilai positif menunjukkan level atribut yang lebih disukai konsumen, dan nilai negatif menunjukkan level atribut yang tidak banyak disukai konsumen. Berdasarkan nilai *utility*, karakteristik konsumen yang paling disukai adalah konsumen yang memiliki pendapatan  $\geq$  Rp. 2.600.000 dengan nilai *utility* sebesar 0,392. Rahmi (2019) menegaskan bahwa pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi beras, dengan pembagian konsumen berdasarkan pendapatan : menengah ke bawah dan menengah ke atas. Sedangkan karakteristik beras premium yang paling disukai oleh konsumen adalah kebersihan beras dengan nilai *utility* sebesar 0,125. Atribut beras yang bersih ini ialah beras yang memiliki warna putih tanpa tercampur kotoran. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Kumboro (2016) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai beras yang pulen. dan bersih tidak tercampur kotoran karena dianggap lebih terasa kenikmatannya saat mengkonsumsi beras tersebut. Kemudian

konsumen menyukai harga beras yang murah dengan nilai *utility* sebesar 0,92. Atribut harga berkaitan dengan kualitas beras, karena semakin baik kualitas produk biasanya semakin tinggi harga beras. Hal ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian Nauli (2019) yang menyatakan bahwa responden secara keseluruhan menyukai harga beras yang lebih mahal karena responden lebih memperhatikan kualitasnya. Faktor ekonomi masyarakat memengaruhi preferensi masyarakat terhadap pemilihan beras. Selanjutnya yang disukai konsumen adalah atribut merek dengan nilai *utility* sebesar 0,058, dimana konsumen menganggap penting merek beras yang akan dikonsumsinya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Syahrir (2015) yang menyatakan bahwa konsumen menyukai merek beras terkenal. Terakhir, karakteristik beras yang disukai konsumen adalah aroma beras yang wangi dengan nilai *utility* sebesar 0,042. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iskandar (2022) yang menyatakan konsumen menyukai nasi yang wangi karena

menambah nafsu makan .

## 2. Nilai Importance (Kepentingan)

Dari analisis diperoleh nilai *importance* (kepentingan), yang mana nilai tersebut merupakan gabungan pendapat konsumen beras premium terhadap attribute beras yang dimaksud. Nilai *importance* digunakan untuk mengetahui attribute mana yang dianggap terpenting

oleh konsumen dalam memilih beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya. Nilai yang tertinggi dianggap faktor yang terpenting dalam memilih beras premium. Hasil analisis konjoin untuk nilai *importance* secara umum dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Rata-rata Nilai Importance (Kepentingan) Atribut Beras Premium.

No		Importance Value
1	Harga	19,324
2	Kebersihan	19,490
3	Aroma	15,114
4	Merek	16,777
5	Pendapatan	29,295

Sumber : Olahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan hasil SPSS diatas bahwa konsumen beras premium menilai faktor yang paling penting dipertimbangkan konsumen dalam Keputusan pembelian beras premium adalah pendapatan dengan nilai 29,295%, pendapatan tidak memiliki hubungan dengan sifat fisik beras. Ini artinya bahwa konsumen lebih mempertimbangkan pendapatan dari pada kualitas fisik beras dalam pembelian beras premium. Dengan demikian hasil konjoin nilai kepentingan ini relevan dengan hasil kuisioner penelitian yang menyatakan bahwa pendapatan konsumen yang paling banyak sebesar  $\geq$  Rp. 5.000.000. Pendapatan menjadi faktor penting dalam pembelian dikarenakan semakin tinggi pendapatan maka akan semakin tinggi pula daya beli konsumen terhadap beras premium. Pendapatan juga mempengaruhi perubahan pola konsumsi yang awalnya mengkonsumsi beras medium beralih ke beras premium. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kumboro (2016) yang menyatakan bahwa masyarakat yang memiliki pendapatan lebih tinggi akan memilih beras yang lebih mahal dan tentunya kualitasnya lebih baik, begitupun sebaliknya, masyarakat yang pendapatannya lebih rendah akan

memilih beras yang murah bahkan produk alternatif lainnya. Menurut Kusuma dan Suniantara (2022), konsumen berpenghasilan tinggi cenderung memilih produk berkualitas atau mewah, serta penelitian Ikka (2022) yang menemukan bahwa pendapatan mempengaruhi signifikan pembelian beras premium di Toko Agen Beras Pak Muji. Artinya, perubahan pendapatan memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Kemudian yang kedua adalah kebersihan beras dengan nilai sebesar 19,490%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nauli (2019) yang menyatakan bahwa kebersihan beras merupakan salah satu atribut yang dipertimbangkan karena konsumen sangat memperhatikan nasi yang dikonsumsi. Dengan terjaminnya kebersihan beras maka dianggap dapat menjaga kesehatan yang mengkonsumsinya.

Ketiga yakni harga dengan nilai sebesar 19,324%. Hal ini menggambarkan bahwa responden peduli dengan harga beras premium yang harus dibayar dimana kualitasnya sesuai dengan harapan dan kemampuannya. Dimana adanya perbedaan harga antara beras premium di

ritel modern dengan harga beras premium yang ada di pasar. Berdasarkan kuisioner penelitian, harga beras premium di pasar mencapai Rp.13.000/kg sedangkan beras premium di ritel modern seharga Rp. 13.900/Kg maka konsumen akan lebih memilih membeli beras premium di ritel modern karena selisih harga yang sedikit namun sesuai dengan kualitas beras itu sendiri serta manfaat yang di dapat lebih banyak dan terjamin. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syahrir (2015) yang menyatakan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan beras dengan harga yang sedang, kemudian konsumen akan membeli produk alternatif lain jika harga beras melampaui anggaran yang dialokasikan. Keempat yakni merek dengan nilai 16,777%, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrir (2015) yang menyatakan bahwa merk beras terkenal menjadi pertimbangan dalam pembelian beras. Kemudian yang terakhir yakni aroma

dengan nilai sebesar 15,114%. Menurut Iskandar (2022) nasi yang beraroma akan meningkatkan nafsu makan seseorang. Akan tetapi saat ini aroma tidak menjadi faktor penting bagi konsumen. Karena kelangkaan beras sehingga konsumen lebih tertarik pada ketersediaan beras premium itu sendiri. Akan tetapi walaupun demikian fisik beras premium tetap memiliki kualitas yang sama bagusnya dan mutu yang terjamin.

### 3. Correlation (Korelasi)

Analisis koinjoin pada prinsipnya bertujuan untuk memperkirakan pola pendapat sampel dari hasil konjoin dengan pendapat sampel yang sebenarnya (aktual) pada proses stimuli. Ketepatan prediksi yang dicerminkan dengan adanya korelasi yang tinggi dan signifikansi antara hasil konjoin dan hasil sampel. Untuk mengetahui Tingkat keakuratan prediksi model hasil konjoin dapat dilihat melalui nilai korelasi berikut ini :

Tabel 8. . Nilai Correlation Responden terhadap Preferensi Konsumen Beras Premium.

	Value	Sig.
Pearson's R	0,931	0.000
Kendal's Tau	0,894	0,003
Rerata	0,9125	

Sumber: Olahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan uji Pearson's R dan Kendall's tau maka diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,9125 atau 91,25%, artinya sebesar 91,25% preferensi konsumen yaitu pendapatan, kebersihan, harga, merek dan aroma berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya dan sisanya 8,75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti bentuk beras, warna beras, rasa beras, daya tahan, dan ukuran kemasan. Dengan demikian kedua uji tersebut berada pada taraf signifikan. Hal ini berarti bahwa memang terdapat

korelasi yang nyata dan kuat antara hasil konjoin preferensi konsumen yaitu pendapatan, kebersihan, harga, merek, dan aroma dengan keputusan pembelian beras premium. Dengan demikian berdasarkan hasil survey, dari 30 sampel tersebut bisa diterima untuk menggambarkan keinginan populasi pembeli beras premium. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ervina (2023) yang menyatakan bahwa memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin preferensi konsumen dengan keputusan pembelian beras premium dengan demikian pendapat

responden bisa diterima untuk menggambarkan keinginan populasi pembeli beras premium, Dengan memperhatikan sampel dan melihat tingkat keakuratannya, dapat dikatakan bahwa analisis konjoin yang menggunakan sampel tersebut selaras jika digunakan pada populasi konsumen beras premium di Kecamatan Belitang Madang Raya.

## **V. Kesimpulan dan Saran**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya adalah konsumen dengan rata-rata usia 25 sampai 35 tahun, tingkat pendidikan SMA, jumlah anggota keluarga sebanyak 4 orang, pekerjaan wiraswasta dan pegawai dengan rata-rata pendapatan  $\geq$  Rp. 5.000.000.
2. Tahapan proses keputusan pembelian beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya yaitu alasan mengkonsumsi dikarenakan manfaat kesehatan dan faktor lainnya seperti harga, mudah didapat dan gaya hidup. Manfaat yang diinginkan konsumen yaitu untuk dikonsumsi sendiri sebagai pemenuhan gizi yang terjamin dan bermutu. Konsumen mengetahui tentang beras premium dari teman, keluarga dan iklan, serta tempat pembelian dilakukan di Indomaret dan Alfamart. Pertimbangan konsumen membeli beras premium dikarenakan manfaat produk, dan akan melakukan pembelian merek lain jika beras premium habis. Konsumen membeli beras premium secara terencana, memilih ritel modern karena dekat dengan tempat tinggal, serta menganggap harga beras premium

sepadan dengan kualitas dan manfaat. Konsumen puas selama mengkonsumsi beras premium

3. Preferensi konsumen terhadap beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya yakni konsumen menyukai harga beras yang terjangkau, beras premium yang bersih, memiliki aroma yang wangi, merek beras yang dianggap penting, dan pendapatan konsumen yakni  $\geq$  Rp. 2.600.000

Kemudian dari kelima faktor tersebut, pendapatan responden lebih dianggap penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian beras premium karena memiliki nilai kepentingan sebesar 29,295 % ketimbang faktor lainnya seperti kebersihan, harga, aroma, dan merek beras. Berdasarkan uji Pearson's R dan Kendall's tau maka diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,9125 atau 91,25%, artinya sebesar 91,25% preferensi konsumen yaitu pendapatan, kebersihan, harga, merek dan aroma berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras premium dan sisanya 8,75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti bentuk beras, warna beras, rasa beras, daya tahan, dan ukuran kemasan. Dengan demikian kedua uji tersebut berada pada taraf signifikan. Hal ini berarti bahwa memang terdapat korelasi yang nyata dan kuat antara hasil konjoin preferensi konsumen yaitu pendapatan, kebersihan, harga, merek, dan aroma dengan keputusan pembelian beras premium di ritel modern Kecamatan Belitang Madang Raya.

### **B. Saran**

1. Produsen yang terkait dengan produksi beras sebaiknya dapat mempertimbangkan untuk memproduksi beras premium sesuai dengan preferensi konsumen serta lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas beras yang dihasilkan.
2. Untuk penelitian lanjutan, diharapkan mampu meneliti strategi apa yang harus dilakukan produsen sehingga

beras premium bisa dikonsumsi bukan hanya dari kalangan menengah ke atas akan tetapi kalangan bawah juga bisa membelinya dengan harga yang murah. Kemudian peneliti selanjutnya disarankan mempertimbangkan pergeseran pola konsumsi maupun gaya hidup, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut atau secara terpisah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agniy, N dan Irianto, H. 2017. Sikap dan Keterlibatan Konsumen terhadap Pembelian Beras di Pasar Modern Kota Surakarta. *AGRISTA*.
- Amanda. 2016. Analisis Preferensi dan Pengaruh Karakteristik Konsumen terhadap Jumlah Konsumsi Beras. Medan: *Journal On Social Economic of Agriculture and Agribusiness*
- Ammar. 2017. Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Berlabel di Tasikmalaya. *Jurnal Agriekonomika*
- Anjani, S. 2023. Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Beras Premium Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara. Skripsi. Universitas Sriwijaya
- Anonim. 2017. Kelas Mutu Beras. No.31/PERMENTAN/PP.130/8/2017. Jakarta.
- Anonim. 2018. Badan Pusat Statistik Aceh. Statistik Daerah. <https://aceh.bps.go.id/> Diakses pada tanggal 8 Januari 2024
- Anonim. 2022. Badan Pusat Statistik OKU Timur. <https://okutimurkab.bps.go.id/> Diakses pada tanggal 10 Januari 2024
- Anonim. 2023. Luas Panen Padi Sumatera Selatan. Badan Pusat Statistik OKU TIMUR. <https://okutimurkab.bps.go.id/indikator/53/196/1/luas-panen-padi-menurut-kabupaten-kota-se-sumatera-selatan.html> Diakses pada tanggal 18 Januari
- Daniel, S. 2007. Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia. Lembaga Penelitian SMERU. Jakarta.
- Dewi, R. C. dan Hayati, M. 2021. Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik. *Jurnal Agriscience*
- Ervina. 2023. Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Beras Premium di Pasar Modern Kota Baturaja. Universitas Baturaja. (Tidak dipublikasikan).
- Epha, D. S. 2012. Pendekatan Coinjoint Analysis untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan SIA di UIN Yogyakarta. *FOURIER* 2012.
- Fauzy, A. 2019. Metode Sampling. Universitas Terbuka. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord>
- Gudono. 2011. Analisis Data Multivariat (Edisi Pertama). Yogyakarta : BPF
- Kumboro, ER. 2016. Pengaruh Karakteristik dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Beras di Kota Medan. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Kusuma, T. M. dan Suniantara, I. K. P. 2022. Pengaruh Pendapatan, Social Influence, dan Kondisi Ekonomi Makro terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*.