



AGROMIX

Jurnal Ilmiah Fakultas Pertanian, Universitas Yudharta Pasuruan
 pISSN (Print): 2085-241X; eISSN (Online): 2599-3003
 Website: <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/agromix>

Perilaku konsumen pada pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo

Consumer behavior on the purchase of corn analog rice in the Gorontalo city

Ulfira Ashari^{1*}, Syamsir¹

¹ Program Studi Agribisnis Universitas Ichsan Gorontalo, Jl Achmad Nadjamuddin No. 17, Kota Gorontalo, Indonesia

* Email korespondensi: ulfira1989@gmail.com

ABSTRACT

Article history

Received : January 7, 2023

Accepted : Augustus 23, 2023

Published : September 30, 2023

Keyword

Analog rice; corn; consumer behavior

Introduction: Analog rice is a functional food made from part or all of non-rice ingredients consumed like eating rice in general. One of the analog rice that is widely consumed is corn rice. Consumption of corn rice has become a culture of the people of Gorontalo. The aims of this study were to (1) determine the attributes that influence the purchase decision of corn analog rice in Gorontalo City and (2) analyze consumer attitudes towards the attributes of corn analog rice in Gorontalo City. **Methods:** The research was conducted at the Gorontalo City Central Market, with a total sample of 65 respondents who were selected by accidental sampling. Data analysis used descriptive analysis by making a frequency distribution table to determine the attributes that influence the purchase decision of corn analog rice in Gorontalo City. Multiattribute Fishbein analysis was used to analyze consumer attitudes towards the attributes of corn analog rice. **Results:** The results showed that the rice analogue of corn that respondents liked was rice with small/fine grain, yellow in color, aromatic, free from dregs, and cheap. After being cooked into rice has a sweet rice taste and fluffier texture. The results of the Fishbein Multi-attribute analysis showed that the quality of rice was ranked first with a score of 20,10 points, followed by the color of the rice with a score of 18,49 points. **Conclusion:** Attributes that influence the purchase decision of corn analog rice in Gorontalo City include the shape of rice grains, the taste of corn rice, the texture of corn rice, color, aroma, quality, and price of rice. Fishbein's multi-attribute analysis shows that the attributes of quality and color of corn rice are the most important considerations in purchasing corn analog rice.

ABSTRAK

Riwayat artikel

Dikirim : 7 Januari, 2023

Disetujui : 23 Agustus, 2023

Diterbitkan : 30 September, 2023

Kata kunci

Beras analog; jagung; perilaku konsumen

Pendahuluan: Beras analog adalah pangan fungsional yang dibuat dari sebagian atau seluruhnya bahan non beras dikonsumsi layaknya makan nasi. Salah satu beras analog yang banyak dikonsumsi yakni beras jagung. Konsumsi nasi jagung sudah menjadi budaya masyarakat Gorontalo. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk (1) mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo dan (2) menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut beras analog jagung di Kota Gorontalo. **Metode:** Penelitian dilakukan di Pasar Sentral Kota Gorontalo, dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden yang dipilih secara kebetulan. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan membuat tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo. Analisis Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut beras analog jagung. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa beras analog jagung yang disukai responden adalah beras dengan butiran kecil/halus, berwarna kuning, aromatik, bebas dari ampas, dan murah. Setelah dimasak menjadi nasi memiliki rasa yang manis, dan tekstur pulen. Hasil analisis Multi atribut *Fishbein* menunjukkan bahwa mutu beras berada pada peringkat pertama dengan skor sebesar 20,10 poin, disusul warna beras dengan skor 18,49 poin. **Kesimpulan:** Atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo meliputi bentuk butiran beras, rasa nasi jagung, tekstur nasi jagung, warna, aroma, mutu, dan harga beras. Analisis Multi atribut *Fishbein* menunjukkan bahwa atribut mutu dan warna beras jagung menjadi pertimbangan paling utama dalam pembelian beras analog jagung.

Sitasi: Ashari, U., & Syamsir, S. (2023). Perilaku konsumen pada pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo. *Agromix*, 14(2), 221-233. <https://doi.org/10.35891/agx.v14i2.3630>

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan salah satu isu penting di berbagai negara khususnya Indonesia. Ketahanan pangan adalah kondisi yang dihadapi ketika kebutuhan pangan masyarakat dapat terpenuhi secara merata. Meskipun demikian, lingkup ketahanan pangan tidak hanya sebatas ketersediaan pangan dari segi jumlah, tetapi juga

menyangkut keamanan dan mutu pangan. Keamanan pangan diperoleh ketika pangan yang dikonsumsi bebas dari benda asing yang menyebabkan pencemaran baik secara biologis maupun kimia sehingga membahayakan bagi tubuh manusia. Adapun mutu pangan diperoleh ketika kandungan gizi dari pangan cukup dan terpenuhi bagi tubuh manusia (Syaifulah, 2013).

Sektor pertanian sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan. Beras merupakan produk hasil pertanian dan menjadi kebutuhan pokok dalam rumah tangga konsumen. Beras umumnya berasal dari tanaman padi, yang diolah menjadi nasi putih. Masyarakat Indonesia sulit melepaskan diri dari konsumsi nasi putih sebagai kebutuhan pangan utama. Akan tetapi, konsumsi nasi putih berlebihan berbahaya bagi kesehatan. Penelitian Dewi & Isnawati (2013) mengungkapkan bahwa nasi putih merupakan salah satu jenis pangan dengan indeks glikemik tinggi yang berpotensi meningkatkan kadar gula darah dalam tubuh. Maka dari itu, untuk mencegah resiko tersebut masyarakat mulai beralih ke beras analog.

Beras analog adalah pangan fungsional yang dibuat dari sebagian atau seluruhnya bahan non beras. Beras analog dikonsumsi layaknya makan nasi dari beras padi. Kemunculan beras analog menambah ragam pangan bagi masyarakat Indonesia. Adapun komoditi yang digunakan sebagai beras analog diantaranya jagung, sorgum, kedelai, singkong, dan sagu. Beras ini mengandung indeks glikemik rendah, serat tinggi serta antioksidan (Noviasari dkk., 2015).

Jagung merupakan komoditi unggulan di Provinsi Gorontalo, diolah sebagai bahan makanan, dan pakan ternak. Beras jagung merupakan pangan lokal bagi masyarakat Gorontalo. Beras jagung diolah menjadi makanan tradisional yang dikenal dengan sebutan nasi Balobinde Gorontalo. Konsumsi nasi jagung sudah menjadi budaya masyarakat Gorontalo, sehingga beras jagung banyak dijumpai terutama di pasar-pasar tradisional Kota Gorontalo.

Beras analog jagung memiliki kandungan gizi tidak jauh berbeda dengan beras padi. Beras ini mengandung pati dan protein tinggi. Pati jagung berada pada kisaran rata-rata 73 persen dengan kandungan protein lebih tinggi dibandingkan beras padi hingga 9,5 persen. Beras jagung kaya akan serat yang bermanfaat membantu proses metabolisme tubuh (Kumalasari dkk., 2015). Beras analog jagung bukan menjadi pilihan pangan utama bagi masyarakat Gorontalo meskipun harganya lebih murah dibandingkan beras padi di pasaran.

Perilaku konsumen merupakan perilaku dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang konsumen harapkan dapat memuaskan kebutuhannya (Abdurrahman, 2015). Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras analog jagung yang akan dikonsumsi didorong oleh adanya faktor eksternal dan juga faktor internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen terbagi atas dua yaitu faktor upaya pemerasan dan faktor sosial budaya. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor pribadi mencakup umur dan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, pembelajaran, keyakinan, sikap dan kepribadian (Sitanggang, 2021).

Keputusan pembelian konsumen umumnya juga mempertimbangkan atribut produk. Atribut produk adalah suatu komponen yang menunjukkan sifat-sifat dari produk yang diharapkan pembeli demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Randang, 2013). Sifat produk dapat berupa sifat fisik, kimia, dan organoleptik (daya terima) dari produk yang dikonsumsi. Penelitian Novitasari dkk. (2017) mengungkapkan bahwa umumnya atribut beras analog yang menjadi prioritas dalam pembelian diantaranya tekstur yang pulen, aroma beras yang wangi, rasa yang enak, harga yang ekonomis, kondisi beras yang bersih, dan warna putih dari beras.

Penelitian terkait perilaku konsumen terhadap pembelian beras dijumpai pada penelitian yang dilakukan Yusuf dkk. (2018) dan Ferawati dkk. (2019) di Kota Makassar. Penelitian Yusuf dkk. (2018) bertujuan melihat keterkaitan tingkat pendapatan dan atribut beras dengan membandingkan keputusan konsumen pada pasar tradisional dan pasar modern. Sebaliknya penelitian Ferawati dkk. (2019) bertujuan melihat hubungan antara variabel geografi, demografi, dan psikografi terhadap pembelian beras di pasar tradisional.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang serupa dengan penelitian Yusuf dkk. (2018) dan Ferawati dkk. (2019). Penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo. Adapun yang membedakan dari penelitian sebelumnya yakni adanya analisis tentang sikap konsumen terhadap atribut-atribut beras yang diteliti menggunakan Multi atribut Fishbein. Secara spesifik, penelitian perilaku konsumen pada pembelian beras khususnya beras analog jagung masih sangat kurang sehingga penelitian ini relevan untuk dilakukan. Oleh karena itu, dianggap perlu untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumen pada pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo dan (2) untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut beras analog jagung di Kota Gorontalo.

METODE

Waktu dan tempat penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Sentral yang merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Gorontalo. Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan dari bulan September hingga Desember 2022.

Teknik pengambilan sampel dan data

Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling. Penelitian menggunakan sebanyak 65 responden yang dipilih secara kebetulan (*accidental sampling*) yaitu pemilihan responden berdasarkan siapa saja yang ditemui saat penelitian berlangsung.

Data penelitian menggunakan data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner berisi tentang pertanyaan terkait identitas responden, perilaku dan sikap konsumen terhadap atribut-atribut beras analog jagung.

Analisis data penelitian

Untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo menggunakan analisis deskriptif dengan membuat tabel distribusi frekuensi sesuai dengan pilihan jawaban responden kemudian ditabulasikan menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Sumber: Yusuf dkk., 2018; Ferawati dkk., 2019

Keterangan:

P = Persentase responden berdasarkan pilihan atribut beras analog jagung

f_i = frekuensi responden berdasarkan atribut tertentu

$\sum f_i$ = Total responden

Analisis Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut beras analog jagung. Sebelumnya, penilaian sikap konsumen berdasarkan tingkat kepercayaan dan evaluasi atribut produk menggunakan skala *Likert*. Adapun peringkat sikap konsumen dihitung dengan rumus berikut:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i, e_i$$

Sumber: Astutik dkk., 2019

Keterangan:

A_0 = sikap konsumen terhadap beras analog jagung

b_i = tingkat kepercayaan konsumen terhadap beras analog jagung (atribut ke- i)

e_i = evaluasi konsumen terhadap beras analog jagung (atribut ke- i)

n = jumlah atribut beras analog jagung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Responden pada penelitian perilaku konsumen pada pembelian beras analog jagung merupakan orang-orang yang ditemui di lokasi penelitian yang pernah membeli dan mengonsumsi beras analog jagung. Karakteristik responden dibedakan kedalam beberapa kategori yaitu jenis kelamin, usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan. Perbedaan karakteristik responden menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Jenis kelamin

Jenis kelamin mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Jenis kelamin menunjukkan hubungan/peran sosial dan tanggung jawab dari perempuan dan laki-laki, menggambarkan karakteristik, sikap dan perilaku keduanya (feminim dan maskulin) yang berubah sepanjang waktu dan beragam dalam dan antar budaya. Perempuan dan laki-laki menginginkan produk yang berbeda dan keduanya memiliki cara yang berbeda dalam menyukai dan memperoleh suatu produk (Bakshi, 2012). Adapun sebaran jenis kelamin responden yang terlibat di dalam penelitian disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Karakteristik responden beras analog jagung menurut jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	35	53,85
2	Laki-Laki	30	46,15
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1, responden pada penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan tercatat sebanyak 35 orang (53,85%) sedangkan laki-laki sebanyak 30 orang (46,15%). Menurut Bakshi (2012), kegiatan berbelanja kebutuhan sehari-hari menjadi kegiatan yang lebih menarik bagi perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan menganggap belanja merupakan bentuk kebutuhan sosial sedangkan laki-laki lebih mementingkan fungsi utama produknya. Dalam rumah tangga, laki-laki berperan sebagai kepala keluarga yang mengatur pengeluaran konsumsi, sedangkan perempuan mengambil keputusan terkait pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari misalnya beras analog jagung sebagai pangan pokok.

Usia

Usia responden merupakan salah satu faktor penentu sikap dan perilaku konsumen. Semakin bertambahnya usia, seseorang cenderung semakin berhati-hati dalam pengambilan keputusan pembelian. Usia juga menjadi pertimbangan dalam segmentasi pasar disebabkan usia yang berbeda memiliki kebutuhan dan selera yang beragam pula (Rumondang dkk., 2020).

Tabel 2. Karakteristik responden beras analog jagung menurut usia

No	Kelompok Usia (tahun)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	20 – 25	8	12,31
2	26 – 31	4	6,15
3	32 – 37	8	12,31
4	38 – 43	13	20,00
5	44 – 49	13	20,00
6	50 – 55	12	18,46
7	≥ 56	7	10,77
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar responden dalam penelitian ini tergolong dalam kelompok usia produktif. Menurut data BPS (2022), usia produktif berada dalam kisaran usia antara 15 sampai 64 tahun, dan tidak produktif pada usia di bawah 15 tahun atau di atas 64 tahun. Adapun mayoritas responden berada pada kisaran usia 38-43 tahun dan 44-49 tahun masing-masing sebanyak 13 orang (20%), paling sedikit berada pada kisaran usia 26-31 tahun hanya 4 orang (6,15%). Kelompok usia ini dianggap sudah cukup dewasa dan rasional dalam pengambilan keputusan terkait dengan pemilihan beras analog jagung sebagai konsumsi harian keluarga.

Jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan indikator yang menentukan besarnya pengeluaran dalam rumah tangga. Selain itu, jumlah anggota keluarga juga mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Semakin banyak jumlah anggota keluarga, maka semakin besar kecenderungan memilih produk dengan harga yang lebih murah untuk menekan pengeluaran dalam rumah tangga. Hal ini disebabkan semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pula kebutuhan yang harus dipenuhi (Putri dkk., 2020).

Tabel 3. Karakteristik responden beras analog jagung menurut jumlah anggota keluarga

No	Jumlah Anggota Keluarga (orang)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	1	4	6,15
2	2	9	13,85
3	3	15	23,08
4	4	16	24,62
5	5	14	21,54
6	6	1	1,54
7	≥ 7	6	9,23
Total		65	100,00

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3, rumah tangga responden paling banyak memiliki tanggungan keluarga sebanyak 4 anggota keluarga (24,62%), dan paling sedikit hanya 1 anggota keluarga (6,15%). Menurut Mahendra dan Mamilianti (2020), jumlah anggota dalam keluarga turut berperan dalam proses pengambilan keputusan terkait pembelian beras sebagai pangan pokok harian. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin besar pula pembelian beras analog jagung, mengingat jenis beras ini tergolong murah dibandingkan beras padi pada umumnya.

Tingkat pendidikan

Pada dasarnya tingkat pendidikan mempengaruhi keputusan pembelian bagi konsumen. Seseorang dengan tingkat pendidikan tinggi dianggap memiliki wawasan yang luas. Pendidikan dapat diperoleh melalui jalur formal dilaksanakan di sekolah hingga perguruan tinggi dan jalur informal melalui kegiatan penyuluhan, pelatihan, seminar, dan sebagainya.

Tingkat pendidikan secara tidak langsung mempengaruhi pola pikir konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Menurut Devi dan Hartono (2015), seseorang dengan tingkat pendidikan tinggi cenderung lebih mudah menyerap informasi dan menerima inovasi baru. Semakin tinggi tingkat pendidikannya, maka semakin mudah bagi konsumen untuk mengubah pola konsumsinya mengarah ke pola hidup sehat.

Tabel 4. Karakteristik Responden Beras Analog Jagung Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	SD	11	16,92
2	SMP	17	26,15
3	SMA	32	49,23
4	DIPLOMA	2	3,08
5	S1	3	4,62
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden berada pada tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 32 orang (49,23%) dan yang mengenyam pendidikan DIPLOMA hanya 2 orang (3,08%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan yang tinggi sehingga dianggap lebih terbuka dalam menerima informasi terkait beras analog jagung.

Sesuai dengan penelitian Sumarwan dkk. (2013) mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi preferensi dan pengetahuan responden terhadap produk yang dibeli. Responden dengan tingkat pendidikan tinggi mempunyai pemahaman yang mendalam tentang informasi produk yakni tidak hanya memilih berdasarkan rasa produknya tetapi juga mementingkan manfaat produk tersebut bagi kesehatan.

Jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan gambaran kegiatan yang dilakukan seseorang dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Denti dan Hemlin (2012) mengungkapkan bahwa kualitas hidup orang yang bekerja lebih baik dibandingkan yang tidak bekerja. Pekerjaan juga turut mempengaruhi keputusan pembelian responden terhadap beras analog jagung.

Tabel 5. Karakteristik responden beras analog jagung menurut jenis pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	PNS/Honorer	3	4,62
2	Wiraswasta	51	78,46
3	Mahasiswa	1	1,54
4	Ibu Rumah Tangga	10	15,38
Total		65	100,00

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5, responden didominasi oleh wiraswasta sebanyak 51 orang (78,46%), dan paling sedikit berstatus mahasiswa hanya 1 orang (1,54%). Sedangkan responden berstatus PNS/honorer sebanyak 3 orang (4,62%). PNS/honorer memiliki pendapatan yang lebih stabil dibandingkan dengan jenis pekerjaan lainnya. Menurut penelitian yang dilakukan Putri dkk. (2020) menjelaskan bahwa seseorang dengan pekerjaan sebagai PNS mendapatkan keleluasaan dalam memilih jenis beras yang disukai meskipun harganya mahal karena dianggap pendapatannya cukup untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya, pekerjaan sebagai wiraswasta menyesuaikan pembelian beras dengan pendapatan yang dimiliki, dan cenderung memilih beras analog jagung karena harganya lebih murah.

Pendapatan konsumen

Pendapatan konsumen merupakan salah satu tolak ukur dalam menilai taraf ekonomi dan daya beli suatu individu. Peningkatan pendapatan melambangkan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat yang diikuti dengan perubahan preferensi dalam pembelian produk. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar keinginan mereka untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang lebih baik (Agustina, 2011).

Tabel 6. Karakteristik responden beras analog jagung menurut rata-rata pendapatan per bulan

No	Rata-Rata Pendapatan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Kurang dari Rp 1.000.000,-	32	49,23
2	Rp 1.000.000,- - Rp 2.500.000,-	23	35,38
3	Rp 2.500.00,- - Rp 5.000.000,-	4	6,15
4	Lebih dari Rp 5.000.000,-	6	9,23
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas responden memiliki kisaran pendapatan kurang dari Rp 1.000.000,- /bulan yakni sebanyak 32 orang (49,23%), sedangkan responden dengan pendapatan Rp 2.500.00,- Rp 5.000.000,-/bulan hanya 4 orang (6,15%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan rendah cenderung mengkonsumsi beras analog jagung dibandingkan dengan yang berpendapatan tinggi. Hanifawati dkk., (2017) mengungkapkan bahwa konsumen dengan berpendapatan rendah memiliki keterbatasan dalam pemilihan produk karena penuh dengan pertimbangan terkait dengan harga, ukuran dan volume produk.

Perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan bagian dari ilmu manajemen pemasaran menyangkut proses komunikasi yang berisi informasi terkait barang atau jasa dengan merujuk pada kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Teori perilaku konsumen membahas tentang kegiatan pembelian, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa. Keputusan pembelian konsumen pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal konsumen meliputi persepsi, reaksi, kepribadian, karakter, gaya hidup, motivasi dan pendidikan. Faktor eksternal meliputi situasional dan kondisi lingkungan yang mendorong perilaku konsumen (Fahmi, 2016). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap beras analog jagung diuraikan sebagai berikut:

Alasan pembelian beras analog jagung

Keputusan pembelian merupakan tahapan yang dihadapi konsumen sebelum adanya perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian mempertimbangkan faktor yang menjadi alasan bagi konsumen hingga akhirnya memutuskan untuk membeli produk yang disukai (Arfah, 2022). Alasan pembelian konsumen umumnya didorong oleh berbagai aspek diantaranya karena harga, kemudahan mengakses produk, tradisi, dan manfaat pada kesehatan. Konsumsi beras analog jagung tidak hanya digunakan untuk konsumsi pangan harian, tetapi menjadi substitusi bagi beras padi karena efeknya baik untuk kesehatan.

Tabel 7. Alasan responden membeli beras analog jagung

No	Alasan Membeli	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Harga terjangkau	21	32,31
2	Mudah didapat	4	6,15
3	Tradisi/kebiasaan	22	33,85
4	Manfaat kesehatan	18	27,69
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7, sebanyak 22 responden (33,85%) memutuskan membeli beras analog jagung karena alasan tradisi/kebiasaan, menyusul 21 responden (32,31%) karena harga beras jagung terjangkau, dan hanya 18 responden membeli beras karena manfaatnya terhadap kesehatan, sisanya 4 responden (6,15%) karena beras ini mudah diperoleh. Beras analog jagung merupakan makanan tradisional bagi masyarakat Gorontalo. Hal ini disebabkan karena budaya menanam jagung sudah melekat pada masyarakat Gorontalo sehingga konsumsi beras jagung sudah menjadi kebiasaan/tradisi. Sesuai dengan penelitian Dewi (2015) mengungkapkan bahwa tradisi sebagai bagian dari kebiasaan yang sudah diwariskan secara turun temurun pada suatu masyarakat juga turut mempengaruhi kebiasaan makan dan jenis makanan yang dikonsumsi.

Harga beras analog jagung

Harga didefinisikan sebagai nilai dari suatu produk yang besarnya menunjukkan manfaat yang diperoleh dari menggunakan produk tersebut. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli atau pelanggan dari memiliki produk tertentu. Kesepakatan harga produk dapat terbentuk melalui mekanisme pasar ditentukan oleh penjual atau pembeli selama proses transaksi (Sahir dkk., 2016).

Tabel 8. Harga beras analog jagung

No	Harga Beras Analog Jagung (Rp/liter)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	5.000	11	16,92
2	6.000	10	15,38
3	7.000	17	26,15
4	8.000	3	4,62
5	10.000	24	36,92
Total		65	100,00

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8, harga beras analog jagung sangat beragam berada pada kisaran Rp 5.000,-/liter hingga Rp 10.000,-/liter. Mayoritas 24 responden (36,92%) membeli beras jagung dengan harga Rp 10.000,-/liter. Harga beras jagung yang tinggi menunjukkan kualitas yang lebih baik termasuk kebersihan dari beras yang bebas dari ampas, bentuk butiran beras yang halus, dan aromatik. Penelitian Abadi dan Herwin (2019) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian. Harga dapat menjadi cerminan dari kualitas produk. Semakin tinggi harga maka semakin besar manfaat yang diharapkan dari mengkonsumsi produk.

Frekuensi pembelian beras

Frekuensi pembelian beras merupakan jumlah intensitas pembelian yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan beras sehari-hari. Besarnya frekuensi pembelian mempengaruhi pengeluaran konsumsi dalam keluarga. Menurut Nurmawati dan Astuti (2011), frekuensi pembelian juga dipengaruhi oleh tingkatan kelas sosial. Semakin tinggi kelas sosial seseorang maka frekuensi pembelian beras semakin sedikit tetapi dengan jumlah yang besar, sebaliknya kelas sosial bawah frekuensi pembelian beras relatif sering dengan jumlah sedikit karena pendapatan yang tidak menentu.

Tabel 9. Frekuensi pembelian beras analog jagung

No	Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Setiap hari	11	16,92
2	Seminggu sekali	26	40,00
3	Dua minggu sekali	13	20,00
4	Tidak tentu	15	23,08
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9, pembelian beras analog jagung tergolong jarang dilakukan mengingat beras ini merupakan substitusi dari beras padi. Responden di pasar tradisional berasal dari kelas menengah. Dominan terdapat 26 responden (40%) melakukan pembelian beras analog jagung setiap minggu sekali, dan paling sedikit 11 responden (16,92%) melakukan pembelian setiap hari. Ridwan dkk. (2021) mengungkapkan bahwa frekuensi pembelian berkaitan pula dengan jumlah kebutuhan dalam keluarga responden. Semakin banyak tanggungan keluarga maka kebutuhan akan beras semakin besar.

Jumlah kebutuhan beras harian

Kebutuhan beras harian menggambarkan banyaknya pembelian beras yang dilakukan tiap hari untuk memenuhi konsumsi anggota keluarga. Pembelian dilakukan untuk menjamin ketersediaan beras dalam keluarga. Jumlah kebutuhan beras tergantung pada ukuran rumah tangga konsumen. Semakin besar ukuran rumah tangga melambungkan semakin banyaknya jumlah anggota keluarga maka dibutuhkan pula ketersediaan beras yang lebih banyak. Sebaliknya dengan ukuran rumah tangga yang kecil maka ketersediaan beras dalam keluarga semakin sedikit.

Tabel 10. Jumlah kebutuhan beras analog jagung tiap kali pembelian

No	Jumlah Kebutuhan Beras (liter/hari)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	≤ 0,5	9	13,85
2	1	40	61,54
3	>1	16	24,62
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 10, paling banyak responden (40 orang atau 61,54%) memiliki kebutuhan beras analog jagung sebanyak 1 liter/hari dan paling sedikit responden (9 orang atau 13,85%) membutuhkan beras analog jagung ≤ 0,5 liter/hari. Kebutuhan beras analog jagung paling tinggi terlihat pada pembelian lebih dari 1 liter/hari, hanya terdapat 16 orang responden (24,62%). Hal ini disebabkan beras analog jagung bukanlah pangan utama meskipun fungsinya seperti beras padi pada umumnya. Penelitian Siringoringo (2019), Nurmalina & Astuti (2011) menjelaskan bahwa kebutuhan beras umumnya dimotivasi oleh manfaat utilitarian terkait manfaat fungsional beras itu sendiri dan dominan karena manfaat hedonis terkait pertimbangan emosional yang menganggap konsumsi beras sebagai kebiasaan untuk memenuhi kebutuhan karbohidrat.

Jumlah pembelian beras ini berdasarkan konsumsi yang dilakukan responden setiap harinya. Maka semakin banyak pembelian beras analog jagung artinya semakin besar pula konsumsi dalam rumah tangga responden. Sesuai dengan penelitian Sulistyana dkk., (2014) mengungkapkan bahwa pembelian beras dilakukan tiap kali rumah tangga kehabisan persediaan dengan jumlah pembelian disesuaikan dengan porsi konsumsi anggota keluarga.

Tujuan pembelian beras

Beras analog jagung merupakan substitusi dari beras padi yang telah menjadi pangan pokok bagi masyarakat di Indonesia secara turun temurun. Beras ini tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk nasi jagung tetapi juga digunakan masyarakat Gorontalo untuk membuat produk/makanan lain seperti pakan untuk ternak dan bubur sada (bubur jagung). Selain itu, pembelian beras analog jagung dalam jumlah besar dilakukan pedagang bertujuan untuk dijual ke pasar tradisional.

Tabel 11. Tujuan pembelian beras analog jagung

No	Tujuan Pembelian	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Konsumsi sebagai nasi jagung	49	75,38
2	Bahan untuk pembuatan makanan lain	5	7,69
3	Dijual	11	16,92
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 11, tujuan pembelian beras analog jagung paling banyak untuk dikonsumsi sebagai nasi jagung yakni terdapat 49 orang responden (75,38%) yang memilih melakukan hal tersebut. Selain itu, 11 orang responden (16,92%) memilih menjual kembali beras analog jagung ke pasar tradisional mengingat profesinya sebagai pedagang. Sisanya hanya 5 orang responden (7,69%) memilih menggunakan beras analog jagung sebagai bahan pembuatan makanan lain. Adapun konsumsi beras analog jagung ini terbagi atas dua cara yaitu murni hanya menggunakan beras jagung atau mencampurnya dengan beras putih.

Tabel 12. Cara konsumsi beras analog jagung

No	Cara Konsumsi	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Murni beras jagung	4	6,15
2	Dicampur dengan beras putih	61	93,85
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa konsumsi beras analog jagung lebih banyak menggunakan cara dicampur dengan beras putih yakni sekitar 61 orang responden (93,85%) memilih cara tersebut, sisanya 4 orang responden (6,15%) memilih mengkonsumsi murni menggunakan beras jagung seluruhnya. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat Gorontalo umumnya masih belum bisa terlepas dari nasi putih, meskipun secara perlahan telah memiliki kesadaran akan pentingnya konsumsi beras jagung bagi kesehatan.

Pengeluaran konsumsi

Pengeluaran konsumsi merupakan bentuk korbanan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan harian. Pengeluaran konsumsi disesuaikan dengan pendapatan konsumen dari pekerjaan yang ditekuni. Tingkat pendapatan menunjukkan taraf ekonomi seseorang, sehingga semakin besar pendapatan maka semakin tinggi daya beli konsumen.

Tabel 13. Pengeluaran konsumsi beras analog jagung per bulan

No	Pengeluaran konsumsi	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Kurang dari Rp 300.000	51	78,46
2	Rp 300.000, - Rp 500.000,-	6	9,23
3	Lebih dari Rp 500.000,-	8	12,31
Total		65	100,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 13, sebanyak 51 orang responden (78,46%) memiliki pengeluaran konsumsi beras analog jagung kurang dari Rp 300.000,-/bulan. Paling sedikit hanya 6 orang responden (9,23%) memiliki pengeluaran konsumsi antara Rp 300.000, - Rp 500.000,-/bulan. Hal ini menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi untuk beras analog jagung masih rendah. Kondisi ini dianggap wajar karena beras analog jagung tidak dikonsumsi secara rutin dan belum sepenuhnya menggantikan beras padi. Sesuai dengan penelitian Tangkilisan dkk., (2013) mengungkapkan bahwa konsumsi beras jagung mengeluarkan biaya yang relatif kecil karena konsumen sudah terbiasa mengkonsumsi beras padi.

Preferensi konsumen terhadap atribut beras analog jagung

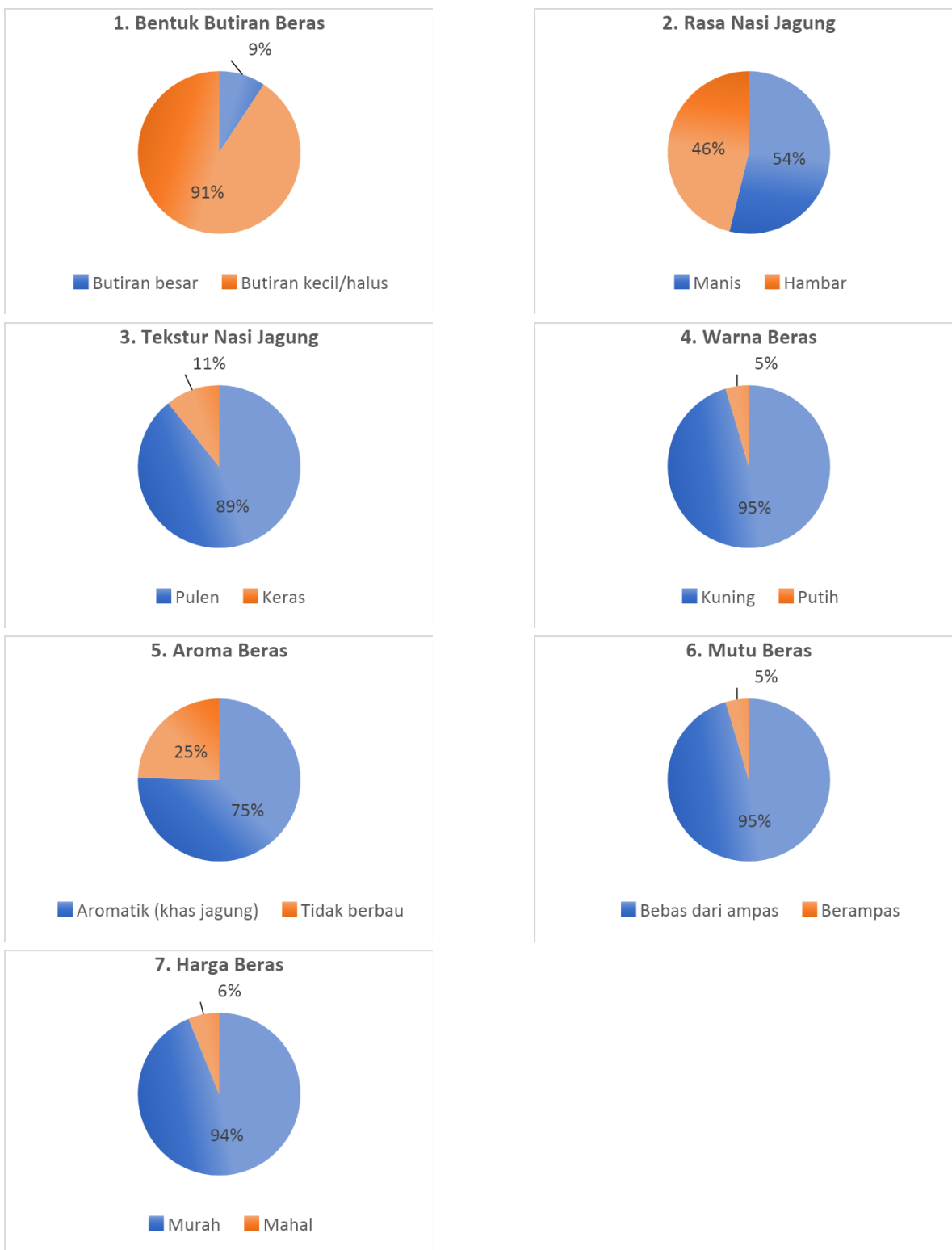
Preferensi konsumen didefinisikan sebagai bentuk kesukaan atau kondisi yang dihadapi konsumen dalam membuat pilihan terhadap sesuatu yang lebih disukai. Preferensi konsumen disusun berdasarkan persepsi konsumen terhadap produk tertentu dengan mengurutkan berdasarkan tingkat kesukaan dari yang paling disukai hingga tidak disukai (Priyambodo dkk.,2019). Analisis preferensi digunakan untuk mengukur manfaat dari penggunaan suatu produk. Tingkat kegunaan produk dinilai berdasarkan atribut yang melekat pada produk tersebut. Pada akhirnya, analisis preferensi mampu menggambarkan perilaku dan sikap konsumen terhadap produk yang dikonsumsi (Kotler, 2000).

Penelitian ini melakukan analisis preferensi terhadap atribut beras analog jagung. Atribut penilaian dibagi ke dalam 7 jenis diantaranya bentuk butiran beras, rasa nasi jagung, tekstur nasi jagung, warna, aroma, mutu, dan harga beras. Butiran beras tergantung pada proses penggilingan jagung, warna dan aroma tergantung pada jenis jagung yang digunakan, sedangkan atribut mutu didasarkan pada tingkat kebersihan dari beras jagung yang dipasarkan. Mutu diukur dari ada tidaknya sisa ampas jagung gilingan yang diolah menjadi beras. Sementara penilaian rasa dan tekstur dilakukan setelah beras dimasak menjadi nasi. Adapun preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras tersebut disajikan pada gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa beras analog jagung yang disukai responden adalah beras dengan butiran kecil/halus (90,77%), warna kuning (95,38%), aromatik (75,38%), bebas dari ampas (95,38%), dan murah (93,85%). Beras analog jagung dimasak menjadi nasi yang disukai responden yaitu memiliki rasa nasi yang manis (53,85%) dan tekstur pulen (89,23%).

Alasan responden lebih banyak menyukai beras analog jagung berbentuk butiran kecil/halus karena lebih mudah dikonsumsi dibandingkan dengan beras butiran kasar terutama bagi orang tua. Beras jagung berwarna kuning lebih disukai karena memiliki rasa yang manis dan aromatik (berbau khas jagung). Beras jagung yang dibeli bebas dari ampas memudahkan responden ketika proses pencucian beras sebelum diolah menjadi nasi jagung. Proses pencucian beras menjadi lebih cepat dilakukan. Beras ini disukai karena harganya yang murah dibandingkan dengan beras padi yakni berada pada kisaran Rp 5.000 - Rp 10.000,- per liter, cukup terjangkau bagi sebagian besar responden. Nasi jagung juga disukai bertekstur pulen, karena biasanya dimasak dengan mencampurkan beras padi.

Beras analog terbuat dari bahan baku jagung didesain menjadi pangan fungsional dengan kadar serat tinggi. Penelitian Noviasari dkk. (2017) mengungkapkan bahwa beras analog yang berasal dari jagung kuning memiliki kadar amilosa tinggi sekitar 28 persen sehingga lambat dicerna di dalam tubuh. Tingginya kadar amilosa menandakan rendahnya indeks glikemik dan kandungan gizi beras yang tinggi. Beras dengan kandungan karbohidrat yang lambat dicerna sangat baik dikonsumsi terutama bagi penderita diabetes untuk mencegah kenaikan glukosa dalam darah.



Gambar 1. Preferensi konsumen terhadap atribut beras analog jagung
 Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Sikap konsumen terhadap atribut beras analog jagung

Sikap konsumen menggambarkan perasaan kesenangan, kesukaan terhadap suatu produk tertentu (Setiadi, 2013). Sikap konsumen menunjukkan kepercayaan konsumen terhadap manfaat yang diperoleh dari suatu produk melalui penilaian setiap atribut produk tersebut. Selain itu, penilaian sikap juga berdasarkan kepentingan tiap atribut produk yang mendorong minat konsumen dalam membeli produk (Idaman dkk., 2012). Secara rinci disajikan pada tabel berikut.

Tabel 14. Evaluasi tingkat kepentingan (ei) atribut beras analog jagung

Atribut	Tingkat kepentingan					Total	Rata-rata
	Sangat penting	Penting	Netral	Tidak penting	Sangat tidak penting		
Butiran beras	20	25	20	0	0	65	4,00
	100	100	60	0	0	260	
Rasa nasi	20	31	13	1	0	65	4,08
	100	124	39	2	0	265	
Tekstur nasi	23	31	9	1	1	65	4,14
	115	124	27	2	1	269	
Warna beras	29	28	8	0	0	65	4,32
	145	112	24	0	0	281	
Aroma beras	22	27	13	3	0	65	4,05
	110	108	39	6	0	263	
Mutu beras	41	20	4	0	0	65	4,57
	205	80	12	0	0	297	
Harga beras	26	25	13	1	0	65	4,17
	130	100	39	2	0	271	

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 14, atribut mutu beras memiliki tingkat kepentingan tertinggi dibandingkan atribut lainnya. Rata-rata skor tingkat kepentingan yang diperoleh dari atribut mutu sebesar 4,57 poin, sedangkan atribut butiran beras memiliki rata-rata skor terendah sebesar 4,00 poin. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan terkait pembelian beras analog jagung, atribut mutu menjadi pertimbangan utama atau paling penting untuk diperhatikan.

Tabel 15. Tingkat kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut beras analog jagung

Atribut	Tingkat kepercayaan					Total	Rata-rata
	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju		
Butiran beras	6	8	18	33	0	65	2,80
	30	32	54	66	0	182	
Rasa nasi	18	27	15	5	0	65	3,89
	90	108	45	10	0	253	
Tekstur nasi	24	28	11	2	0	65	4,14
	120	112	33	4	0	269	
Warna beras	28	30	4	3	0	65	4,28
	140	120	12	6	0	278	
Aroma beras	33	22	7	3	0	65	4,31
	165	88	21	6	0	280	
Mutu beras	39	18	3	5	0	65	4,40
	195	72	9	10	0	286	
Harga beras	32	21	7	2	3	65	4,18
	160	84	21	4	3	272	

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 15, rata-rata skor tingkat kepercayaan pada atribut mutu beras sebesar 4,40 poin, sedangkan butiran beras hanya 2,80 poin. Atribut mutu pada beras analog jagung dilihat dari kondisi beras yang bebas dengan ampas diyakini paling baik bagi responden untuk konsumsi. Sebaliknya, butiran beras yang halus/kecil paling kurang diyakini sebagai pilihan yang baik dalam konsumsi beras analog jagung.

Tabel 16. Sikap konsumen terhadap atribut beras analog jagung

Atribut	Keputusan (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap (Ao)	Peringkat
Butiran Beras	4,00	2,80	11,20	VII
Rasa Nasi	4,08	3,89	15,87	VI
Tekstur Nasi	4,14	4,14	17,13	V
Warna Beras	4,32	4,28	18,49	II
Aroma Beras	4,05	4,31	17,43	IV
Mutu Beras	4,57	4,40	20,10	I
Harga Beras	4,17	4,18	17,45	III

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Tabel 16 menyimpulkan sikap konsumen terhadap atribut beras analog jagung berdasarkan evaluasi tingkat kepentingan dan keyakinan sehingga diperoleh nilai indeks sikap yang selanjutnya diurutkan berdasarkan peringkat tiap atribut. Hasil analisis Multi atribut *Fishbein* menunjukkan bahwa mutu beras berada pada peringkat pertama, disusul warna, harga, aroma beras, tekstur nasi, rasa nasi, dan bentuk butiran beras. Atribut mutu dan warna beras jagung menjadi pertimbangan paling utama dibandingkan atribut lainnya dalam pengambilan keputusan terkait pembelian beras analog jagung.

Konsumen biasanya memperhatikan tampilan luar dari beras jagung sebelum membeli misalnya dari kebersihan (mutu) dan warna beras. Kebersihan beras terlihat dari kurangnya ampas jagung dari beras yang dibeli. Kebersihan menjadi hal yang diperhatikan bukan hanya karena terkait dengan mutu beras dan kesehatan orang yang mengkonsumsi tetapi juga beras tanpa ampas memudahkan dalam pencucian sebelum diolah. Berbeda halnya yang dijumpai pada atribut warna. Warna pada beras jagung tidak menunjukkan kualitas beras melainkan jenis jagung yang digunakan. Noviasari dkk., (2017) mengungkapkan warna kuning pada beras jagung menunjukkan bahwa bahan baku berasal dari jagung kuning (manis), sebaliknya warna putih menggunakan bahan baku jagung pulut putih.

Beras analog jagung merupakan pangan alternatif pengganti beras padi. Secara fungsi, beras analog ini dikonsumsi sehari-hari masyarakat Gorontalo layaknya makanan pokok. Harga beras jagung juga terjangkau layaknya beras padi pada umumnya. Maka dari itu, beras analog ini tergolong barang normal yang permintaannya meningkat seiring kenaikan pendapatan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian beras analog jagung di Kota Gorontalo meliputi bentuk butiran beras, rasa nasi jagung, tekstur nasi jagung, warna, aroma, mutu, dan harga beras. Analisis sikap konsumen menggunakan Multi atribut *Fishbein* menunjukkan bahwa atribut mutu dan warna beras jagung menjadi pertimbangan paling utama dalam pembelian beras analog jagung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian (LEMLIT) Universitas Ichsan Gorontalo (UNISAN) atas hibah pada penelitian kami, serta Fakultas Pertanian atas dukungan fasilitas penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin, H. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian beras organik di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1-8.
- Abdurrahman, N.H. (2015). *Manajemen strategi pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Agustina, T. (2011). Analisis perilaku konsumen beras organik di kabupaten Jember. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 5(3), 15-21.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astutik, A.D., Maflahah, I., & Rakhmawati. (2019). Analisis preferensi konsumen terhadap garam fortifikasi kelor. *Agriekonomika*, 8(2), 117-127.
- Bakshi, S. (2012). Impact of gender on consumer purchase behavior. *Journal of Research in Commerce and Management*, 1(9), 1-8.
- Badan Pusat Statistik [BPS]. (2022). *Penduduk usia tidak produktif dan produktif*. Badan Pusat Statistik.
- Denti, L., & Hemlin, S. (2012). Leadership and innovation in organizations: a systematic review of factors that mediate or moderate the relationship. *International Journal of Innovation Management*, 16(03), 1240007.
- Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik. *Agric*, 27(1), 60-67.
- Dewi, A. P., & Isnawati, M. (2013). *Pengaruh nasi putih baru matang dan nasi putih kemarin (teretrogradasi) terhadap kadar glukosa darah postprandial pada subjek wanita pra diabetes* [Doctoral dissertation], Diponegoro University.
- Dewi, Y. D. P. (2015). Studi pola konsumsi makanan pokok pada penduduk desa Pagendingan kecamatan Galis kabupaten Pamekasan Madura. *Jurnal Tata Boga*, 4(3), 108-121.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku konsumen: teori dan aplikasi*. Alfabeta.
- Ferawati, F., Saadah, S., & Amrullah, A. (2019). Pengambilan keputusan konsumen pada pembelian beras di kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 1-16.
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh atribut kemasan makanan dan karakteristik konsumen terhadap pembelian. *Agriekonomika*, 6(1), 72-85.
- Idaman, N., Yuliati, L. N., & Retnaningsih, R. (2012). Sikap konsumen terhadap beras organik. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9(2), 117-126.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran: jilid I edisi milenium*. Prenhallindo.

- Kumalasari, R., Setyoningrum, F., & Ekafitri, R. E. (2015). Karakteristik fisik dan sifat fungsional beras jagung instan akibat penambahan jenis serat dan lama pembekuan physical characteristics and functional properties of instant corn rice due to the addition of fiber type and duration of freezing. *Jurnal Pangan*, 24(1), 37-48.
- Mahendra, M., & Mamilianti, W. (2020). Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 1-12.
- Noviasari, S., Kusnandar, F., Setiyono, A., & Budijanto, S. (2015). Beras analog sebagai pangan fungsional dengan indeks glikemik rendah. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 10(3), 225-232.
- Noviasari, S., Kusnandar, F., Setiyono, A., & Budijanto, S. (2017). Karakteristik fisik, kimia, dan sensori beras analog berbasis bahan pangan non beras. *Jurnal Pangan*, 26(1), 1-12.
- Novitasari, D., Hermawan, A., & Sunarti, T. C. (2017). Pengembangan produk "beras analog" untuk meningkatkan penerimaan pasar. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(2), 152-160.
- Nurmalina, R., & Astuti, E. P. (2011). Analisis preferensi dan kepuasan konsumen terhadap beras di kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (the analysis of preferences and customer satisfaction on rice in Mulyorejo district, Surabaya, East Java). *Jurnal Sains Terapan*, 1(1), 42-53.
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2019). Analisis preferensi konsumen buah jeruk di pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 19(1), 85-103.
- Putri, A., Yasid, H., & Khairunnas, K. (2020). Persepsi konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di kecamatan Bukit Raya kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*, 22(2), 267-275.
- Randang, W. (2013). Kualitas produk, atribut produk dan ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian minyak goreng. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 701-709
- Ridanar, N. P., Handayani, S. M., & Adi, R. K. (2021). Perilaku konsumen terhadap pembelian beras di kabupaten Sragen. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS* (pp. 867-875). Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarta, J., Hasdiana, D., Tasnim., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran digital dan perilaku konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *JKBM (jurnal konsep bisnis dan manajemen)*, 3(1), 1-15.
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen* (edisi revisi). KENCANA.
- Siringoringo, S. E. T. (2019). Analisis preferensi konsumen dan performa atribut dalam pemilihan beras di toko hokky Surabaya. *CALYPTRA*, 8(1), 2112-2128.
- Sitanggang, F.A., & Sitanggang, P.A. (2021). *Buku ajar perilaku konsumen*. PT Nasya Expanding Management.
- Sulistiyana, P., Mulyo, J. H., & Jamhari, J. (2014). Konsumsi beras organik pada tingkat rumah tangga di kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi*, 25(1), 25-34.
- Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko, K. (2013). Analisis proses keputusan pembelian, persepsi dan sikap konsumen terhadap beras organik di Jabodetabek (An analysis of purchasing decision, perceptions and consumer attitudes toward organic rice in Jabodetabek). *Jurnal Pangan*, 22(2), 87-104.
- Syaifullah, Y. (2013). Ketahanan pangan dan pola distribusi beras di provinsi Jawa Timur. *Journal of Economic and Policy*, 6(2), 103-213.
- Tangkilisan, A. S., Mamujaja, C. F., Mamahit, L. P., & Tuju, T. D. (2013). Pemanfaatan pangan lokal beras jagung (zea mays l) pada konsumsi pangan di kabupaten Minahasa Selatan. *Cocos*, 3(6), 1-7.
- Yusuf, Y., Amrullah, A., & Tenriawaru, A. N. (2018). Perilaku konsumen pada pembelian beras di kota Makassar (consumer behavior on purchasing rice in Makassar city). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 105-120.