

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS  
BERKUALITAS DI MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT**

THE INFLUENCE OF CULTURAL, SOCIAL, PERSONAL AND  
PSYCHOLOGICAL FACTORS ON CONSUMERS' DECISIONS FOR  
PURCHASING RICE IN MAJENE, WEST SULAWESI

**RIA AMALIA LESTARI**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS  
DI MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

RIA AMALIA LESTARI

P042201006

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS  
DI MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT

RIA AMALIA LESTARI

NIM: P042201006

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Agribisnis Sekolah Pascasarjana

Universitas Hasanuddin

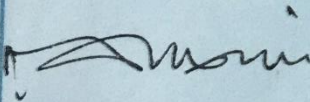
Pada tanggal 22 September 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama

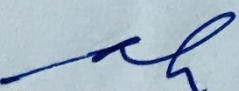
Pembimbing Pendamping


  
Prof. Ir. H. Rahim Darma, Ph.D  
NIP. 19590401 198502 1 001

  
Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phill., DBA  
NIP. 19770510 200604 1 003

Ketua Program Studi  
Agribisnis S2

Dekan Sekolah Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin

  
Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M.Si  
NIP. 19671223 199512 1 001

  
Prof. dr. Buddi, Ph.D.Sp.M(K).M.Med.Ed  
NIP. 1966 1231 1995 03 1009

#### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berkualitas di Majene, Provinsi Sulawesi Barat" adalah benar saya karya saya dengan arahan dari Komisi Pembimbing (Prof. Dr. Ir. H. Rahim Darma., Ph.D) sebagai dosen pembimbing utama dan (Andi Aswan., SE., MBA., M.Phil., DBA) sebagai dosen pembimbing pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka disertasi ini. Sebagaimana dari isi tesis ini telah dipublikasikan di Jurnal (Internasional Journal of Environment, Agriculture and Biotechnology (IJEAB), Vol-7, Issue-4; Jul-Aug 2022, Pg:015-025, dan DOI: 10.261/ijeab, sebagai artikel judul "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berkualitas di Majene, Provinsi Sulawesi Barat".

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar 14 Oktober 2022



Ria Amalia Lestari  
NIM P042201006

## UCAPAN TERIMA KASIH

Saya bersyukur bahwa tesis ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses dan tesis ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi dan arahan bapak Prof. Ir. H. Rahim Darma, Ph.D sebagai Dosen Pembimbing Utama dan bapak Andi Aswan, SE., MBA., M.Phil., DBA sebagai Dosen Pembimbing Pendamping. Saya mengucapkan berlimpah terima kasih kepada mereka.

Akhirnya, kepada kedua orang tua tercinta saya mengucapkan limpahan terima kasih dan sembah sujud atas doa, pengorbanan dan memotivasi mereka selama saya menempuh pendidikan. Penghargaan yang besar juga sampaikan kepada seluruh keluarga (tante dan sepupu) atas motivasi dan dukungan tak ternilai, dan juga teman seperjuangan saya (Nursamsi, Syahidah Sari, Sri Yulisa Husada) selama berkuliah di Pascasarjana Universitas Hasanuddin, dan juga terima kasih motivasinya kepada teman saya (Andi Adila Fathin Humairah) satu-satunya teman sedari kecil yang selalu memberikan support positif sampai saat ini serta teman-teman seangkatan di Magister Prodi Agribisnis Angkatan 2021 dan seluruh sahabat terdekat saya yang selalu menjadi support system dalam segala hal serta motivasi dan dukungan tak ternilai.

Penulis

Ria Amalia Lestari

## ABSTRAK

RIA AMALIA LESTARI. **Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Di Majene Provinsi Sulawesi Barat** (dibimbing oleh Rahim Darma dan Andi Aswan).

Tujuan penelitian yang akan dicapai ialah bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi pada perilaku konsumen dalam pembelian beras di Majene. Keragaman masyarakat dari sisi budaya, sosial, kepribadian, dan psikologis menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras. Penelitian ini dimulai pada bulan April – Mei 2021. Subyek penelitian adalah ibu rumah tangga atau pengambil keputusan dalam rumah tangga. Metode analisis dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan menggunakan software Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras di Majene dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan psikologis. Namun, faktor kepribadian tidak mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras di Majene.

*Kata Kunci: Beras, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

RIA AMALIA LESTARI. **The Influence Of Cultural, Social, Personal and Psychological Factor On Consumers' Decisions For Purchasing Rice in Majene, West Sulawesi** (supervised by Rahim Darma and Andi Aswan).

The research objective to be achieved is how the influence of cultural, social, personal and psychological factors on consumer behavior in purchasing rice in Majene. The diversity of society in terms of culture, social, personality, and psychology are factors that influence consumers in making rice purchasing decisions. This research was started in April – May 2021. The research subjects were housewives or decision makers in the household. The method of analysis is descriptive analysis and Structural Equation Modeling (SEM) analysis using Smart PLS software. The results of this study indicate that consumer behavior in rice purchasing decisions in Majene is influenced by cultural, social, and psychological factors. However, the personality factor does not affect consumer behavior in rice purchasing decisions in Majene.

*Keywords: Rice, Consumer Behavior, Purchasing Decision*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	3
1.3    Tujuan Penelitian .....	4
1.4    Kegunaan Penelitian .....	4
BAB II METODE PENELITIAN	
2.1    Kerangka Pemikiran .....	6
2.2    Lokasi dan Waktu Penelitian .....	7



2.3	Populasi dan Sampel.....	7
2.4	Jenis dan Sumber Data .....	9
2.5	Desain Penelitian .....	10
2.6	Metode Analisis Data.....	17
2.7	Uji Validitas .....	17
2.8	Uji Reliabilitas .....	19
2.9	Evaluasi Model Struktural .....	20
2.10	Definisi Operasional Variabel .....	21

### BAB III HASIL PENELITIAN

3.1	Keadaan Umum Lokasi .....	39
3.2	Karakteristik Responden .....	40
3.3	Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada Keputusan Pembelian Beras .....	44
3.4	Analisis Hubungan Faktor Yang Berpengaruh Pada Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Beras .....	52
3.5	Uji Validitas Konvergen .....	54
3.6	Uji Validitas Deskriminan .....	56
3.7	Uji Reliabilitas.....	58

3.8	Evaluasi Model Struktural .....	59
3.9	Pengajuan Hipotesis.....	61
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....		68
LAMPIRAN.....		70

## DAFTAR TABEL

Sumber Data Penelitian .....	10
Rancangan Pengujian Model Penelitian Studi Keputusan Pembelian Beras .....	15
Peubah & Sub Peubah Model Persamaan Struktural .....	16
Parameter Uji Validitas Dalam Model Pengukuran Partial Least Squad .....	19
Parameter Reliabilitas Dalam Model Pengukuran Partial Least Squad .....	20
Data Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Data Profile Responden Berdasarkan Usia .....	42
Data Profile Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Hasil Identifikasi Faktor Budaya Pada Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras .....	44
Hasil Identifikasi Faktor Sosial Pada Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras .....	45
Hasil Identifikasi Faktor Pribadi Pada Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras .....	47
Hasil Identifikasi Faktor Psikologi Pada Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras .....	48
Hasil Identifikasi Pada Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras .....	50
Hasil Identifikasi Keputusan Pembelian Pada Perilaku Konsumen Beras .....	51
Outer Loading Pada Uji Validitas Konvergen .....	54
AVE ( Average Covariance Extracted ) dan Communality Pada Uji Validitas Konvergen .....	55

Uji Validitas Deskriminan Berupa Cross Loading .....	56
Hasil Output Korelasi & Akar AVE (Average Covariance Extracted) Pada	
Uji Validitas Deskriminan .....	58
Hasil Output Pada Uji Reliabilitas .....	59
Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	60
Hasil Output PLS Algorithm Terhadap Uji Hipotesis .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Kerangka Pemikiran Teoritis .....	6
Kerangka Hipotetik Model Struktural Peubah .....	14
Keadaan Umum Lokasi Penelitian .....	39
Konstruksi Diagram Jalur Hasil Pemodelan PLS (Nilai Koefisien Jalur dan Nilai Outer Loading) .....	52
Hasil Output PLS Algorithm .....	62

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Beras adalah komoditas pangan pokok yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk Indonesia. Menurut Sawit (2000) dalam Ariani (2004), beras harus dipandang sebagai barang kuasi publik, yang tidak saja berfungsi sebagai barang privat tetapi juga barang publik. Banyak kepentingan publik dihasilkan oleh beras, dan beras berperan penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi dan lapangan kerja. Bahkan menurut penelitian Timmer (1996) dalam Amang dan Sawit (1999) membuktikan secara empiris bagaimana eratnya kaitan antara pertumbuhan ekonomi dan ketahanan pangan, didapat kesimpulan bahwa tidak ada negara yang dapat mempertahankan pertumbuhan ekonomi tanpa terlebih dahulu memecahkan masalah ketahanan pangan.

Kebutuhan konsumen akan beras berbeda-beda antara konsumen satu dengan lainnya. Berdasarkan kajian Sutrisno (2007), segmen konsumen beras berada antara konsumen dengan pendapatan atas, menengah dan bawah, namun secara umum preferensi masyarakat (sekitar 65%) masih memilih beras yang murah dengan kualitas yang rendah sampai sedang, sementara sisanya (sekitar 40%) memilih beras dengan kualitas yang bagus. Kebutuhan konsumen akan berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen lainnya.

Masalah kualitas menjadi salah satu kriteria penting konsumen dalam memilih beras yang akan dikonsumsi. Konsumen beras saat ini semakin mementingkan mutu dan melihat beras tidak hanya sebagai komoditas melainkan sebagai suatu produk dengan kriteria tertentu. Selain kualitas, faktor lain yang juga dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga (Edison dan Sri 2014).

Faktor utama yang mendorong tingginya konsumsi beras adalah tingginya tingkat konsumsi beras ini juga dikarenakan adanya budaya masyarakat Indonesia yang merasa belum makan, apabila belum mengonsumsi nasi meskipun kebutuhan karbohidratnya sudah dipenuhi dari makanan lain seperti roti atau sumber karbohidrat lainnya. Adapun beberapa karakteristik yang menuntut mutu beras adalah sifat fisik dan sifat giling, cita rasa dan sifat tanak serta sifat gizi. Penampilan beras, cita rasa, dan kepulenan nasi dapat direpresentasikan oleh sifat fisiko kimia beras (Damardjati dkk 2016).

Banyaknya pilihan produk beras baik berupa jenis beras, kemasan, harga, rasa, dan hal lainnya serta perbedaan dan pengaruh lingkungan budaya, kelas sosial, daya beli, motivasi, dan gaya hidup membentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda. Hal ini menuntut para produsen untuk menyediakan produk beras yang sesuai dengan keinginan konsumen, khususnya segmen pasar yang dituju. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, masyarakat sebagai konsumen tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor yang berasal dari dalam diri

konsumen maupun dari luar diri konsumen. Beberapa faktor yang tersebut di antaranya yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras di Majene”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian beras, namun dalam penelitian ini diukur melalui variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Pemasaran harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya-budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

Berbagai pihak akan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa, tergantung pada posisi



masing-masing dan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu produk. Berdasarkan masalah diatas maka dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor budaya pada perilaku konsumen dalam pembelian beras di Majene ?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial pada perilaku konsumen dalam pembelian beras di Majene ?
3. Bagaimana pengaruh faktor pribadi pada perilaku konsumen dalam pembelian beras di Majene ?
4. Bagaimana pengaruh faktor psikologi pada perilaku konsumen dalam pembelian beras di Majene ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai ialah bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi pada perilaku konsumen dalam pembelian beras di Majene.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Bagi produsen dan pengusaha beras, penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan usaha

1. Bagi pemerintah penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan sub sektor pangan
2. Bagi peneliti lain penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang komoditas beras.