

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SARABBA INSTAN SUKMA
JAHE PT. MONITY JAYA BERSAMA KOTA MAKASSAR**



MUKARRAMAH

G021 20 1027

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SARABBA INSTAN SUKMA
JAHE PT. MONITY JAYA BERSAMA KOTA MAKASSAR**

**MUKARRAMAH
G021 20 1027**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SARABBA INSTAN SUKMA
JAHE PT. MONITY JAYA BERSAMA KOTA MAKASSAR**

**MUKARRAMAH
G021 20 1027**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

Pada:

**Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar
2024**



SKRIPSI

DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SARABBA INSTAN SUKMA
JAHE PT. MONITY JAYA BERSAMA KOTA MAKASSARMUKARRAMAH

G021201027

Skripsi,

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis pada
tanggal 13 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Disetujui Oleh:

Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si
19660427 199103 2 002

Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M. S.
19610829 198601 2 001

Diketahui Oleh:

Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P. M.Si
19721107 199702 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Determinan Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si. sebagai pembimbing utama dan Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S. sebagai pembimbing pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. 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 skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 14 Juni 2024



Mukarramah

G021201027



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Mukarramah, lahir di Desa Ongkoe, Kecamatan Belawa, Kabupaten Wajo, Provinsi Sulawesi Selatan, pada tanggal 27 Juni 2002. Terlahir dari pasangan Bapak **Amir** dan Ibu **Fatimah**. Anak kedua dari dua bersaudara yaitu **Kasmawati, S.E.** Selama hidup penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. TK/RA As'Adiyah No.12 Ongkoe, 2007-2008
2. SD/MI As'Adiyah No. 140 Ongkoe, 2008-2014
3. SMP/MTs As'Adiyah No. 5 Ongkoe, 2014-2017
4. SMA/MAN Wajo, 2017-2020

Kemudian dinyatakan lulus melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) menjadi mahasiswa di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2020 untuk jenjang Pendidikan Strata Satu (S1). Selama menempuh Pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik, penulis bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yaitu MISEKTA (Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian). Selain itu, penulis juga bergabung di Organisasi internal kampus yaitu UKM Koperasi Mahasiswa Unhas sebagai staf dibidang Pemasaran Tahun Buku 2023. Penulis juga pernah menjadi asisten mata Kuliah Kewirausahaan pada tahun akademik 2022/2023. Selain itu, Penulis juga aktif mengikuti ajang perlombaan tingkat Universitas yaitu Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Penulis juga aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat Universitas, Nasional hingga tingkat Internasional. Untuk memperoleh pengalaman kerja penulis mengikuti kegiatan magang di PT. Shang Hyang Seri Regional IV Makassar dan PT. Monity Jaya Bersama pada tahun 2023.



UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil ‘alamiin, segala puji hanya milik Allah SWT Rabb semesta alam, berkat Rahmat dan kasih sayang-Nya yang selalu terlimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Determinan Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar**”. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu dirindukan dan dinantikan syafaatnya di akhirat kelak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bantuan moril maupun materil. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu semasa penulis mengemban pendidikan di kampus terkhusus pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menghanturkan penghargaan yang setinggi-tingginya sebagai rasa kasih sayang penulis persembahkan kepada bapak tercinta **Amir** dan Ibu tersayang **Fatimah**, dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada beliau yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan dan keikhlasan serta lantunan doa yang tak berhenti dipanjatkan untuk anaknya selama ini. Kepada kakaku tercinta **Kasmawati, S.E**, penulis mengucapkan terima kasih telah menjadi pendengar terbaik, memberikan motivasi, dukungan, bantuan, dan kasih sayang tulus yang tiada hentinya kepada penulis selama ini, serta keluarga besar yang telah memanjatkan doa demi kelancaran skripsi penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kendala yang penulis hadapi mulai dari pengajuan judul, penyusunan proposal, proses penelitian, pengolahan data, hingga penyelesaian akhir skripsi ini. Namun, dengan tekad yang kuat disertai dengan berbagai usaha dan kerja keras sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu **Dr. Ir. Rahmadanih, M. Si.**, selaku dosen Pembimbing Utama dan Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S.**, selaku dosen Pembimbing Pendamping, penulis ucapkan banyak terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga, ilmu dan pikiran dalam memberikan pengarahan, petunjuk serta bimbingan kepada penulis sejak awal penyusunan rencana penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan kekurangan yang mungkin membuat ibu kecewa, baik pada saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi



harap semoga segala aktivitas ibu dimudahkan serta diberikan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT. Semoga kebaikan ibu ah SWT dan senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.

r. Ir. Muslim Salam, M.Ec., dan Bapak **Ir. Amrullah M.Si.**, penguji yang telah memberikan kritik dan saran guna enyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini.

- Semoga Kebaikan Bapak dibalas oleh Allah dan senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.** dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.** selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan semangat, pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan di Universitas Hasanuddin. Semoga Ibu dan Bapak diberikan kesehatan dan rezeki yang berlimpah dan tetap selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
 4. **Bapak dan Ibu dosen**, khususnya **Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, yang telah banyak mengajarkan ilmu dan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan saat perkuliahan. Semoga kebaikan Ibu dan Bapak dibalas oleh Allah SWT dan senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
 5. Seluruh **Staff dan Pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian** terkhusus Pak Rusli, Ibu Ima, dan Kak Farel yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
 6. Bapak **Zukri** dan Ibu **Rita** selaku Pemilik dari PT. Monity Jaya Bersama yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan kegiatan magang dan penelitian. Terima kasih telah menerima, membantu, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan kegiatan penelitian. Kepada Ibu **Kartini** dan Ibu **Niar** yang merupakan tenaga kerja, terima kasih telah sabar mengajari, kebersamai penulis selama masa magang, dan membantu penulis dalam mengumpulkan responden. Semoga kebaikan bapak dan ibu dibalas Allah SWT dengan senantiasa diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menjalankan usaha Sarabba Instan Sukma Jahe.
 7. **Seluruh responden penelitian** yang telah membantu dan memberikan informasi kepada penulis terkait usaha sarabba instan Sukma Jahe
 8. Sahabatku **Ily (Ila, Linda, Dilla)** teman MAN-ku yang sampai saat ini masih kebersamai penulis, terima kasih telah menjadi tempat penulis berkeluh kesah, menjadi pendengar dan pemberi solusi terbaik. Jauh satu sama lain tidak menajadi halangan bagi kita untuk bertukar cerita. Maaf atas semua kesalahan yang membuat kalian marah atau kecewa. Sehat selalu dan semoga cerita kita selamanya yah. Aamiin.
 9. **Sitti Khadija**, sahabat penulis dari awal perkuliahan sampai sekarang, terima kasih telah kebersamai penulis mulai dari awal ke Makassar, banyak hal yang dijalani bersama mulai dari satu kos, bersamaan kkn, ikut organisasi dan kepanitian yang sama. Terima kasih telah menjadi rekan terbaik dalam segala hal, pendengar terbaik, tempat penulis berkeluh kesah, marah dan maaf atas semua hal yang membuatmu marah, jengkel, atau semoga kita terus bersama saat ini sampai seterusnya. Sehat semoga hal baik menyertaimu.
 10. **Syamsul** sahabat penulis sejak MAN sampai sekarang, terima kasih kebersamai penulis terutama selama penulis menjalankan masa man jalan yang selalu menuruti kemauan penulis, pendengar penulis mengeluarkan unek-unek, dan tempat berbagi cerita.



- Maaf atas segala tingkah laku penulis yang membuatmu marah, semoga memudahkan langkahnya dalam menyelesaikan studi di Kampus tercinta ini, segala cita-citanya terkabul dan panjang umur pertemanan.
11. **Stachee Girl (Khadija, Nisa, Rani, Indah)** teman seperjuanganku di perkuliahan, sering satu kelompok dan satu tim PMW, terima kasih atas bantuan, dorongan dan kebersamaannya, banyak drama pertemanan yang kita lalui hingga akhirnya satu persatu akan meninggalkan kampus ini, terima kasih telah melukis kisah perkuliahan penulis dengan begitu indah, semoga segala kebaikan yang diberikan berbalik kepada diri masing-masing, sehat selalu dan semoga memudahkan langkah kedepannya.
 12. Teman **Magang** di PT. Monity Jaya Bersama (Hikmah, Fitrah), terima kasih atas kerja samanya, terkhusus kepada **Hikmah**, terima kasih telah membersamai penulis mulai dari magang sampai sekarang, meluangkan waktu menemani penulis turun penelitian, menemani penulis bimbingan, urus berkas dan sebagainya. Terima kasih telah menjadi rekan semester akhir yang baik dan penuh semangat mencapai target-target yang kita tentukan. Maaf atas kesalahan yang penulis perbuat, semoga pertemanan ini tidak sampai disini saja, dan semoga hal baik selalu menyertai langkahmu.
 13. Kak **Fikriah Azhari, S.P** dan Kak **Nur Ilmy Kurniaty, S.P.**, senior di agribisnis yang selalu meluangkan waktu, mengajarkan, menjadi pendengar dan memberikan saran disaat penulis mengalami kesulitan dalam menyelesaikan tugas kuliah, proses bimbingan sampai pada penyelesaian penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas cerita dan pengalaman yang selalu dibagikan kepada penulis, semoga sehat selalu dan memudahkan proses yang dijalani saat ini.
 14. Seluruh **teman sepekerjaan**, terima kasih atas bantuan, dorongan dan informasi yang diberikan kepada penulis sehingga mempermudah penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
 15. **Keluarga Besar Agribisnis Unhas Angkatan 2020 (20FSAGON)** yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi saudara dan keluarga baru bagi penulis. Penulis sangat bersyukur dipertemukan dengan teman-teman 20FSAGON. Semoga kita semua mencapai keberhasilan yang kita harapkan dan semoga pertemanan ini akan tetap terjalin walaupun nantinya kita berjauhan dan memiliki kesibukan masing-masing.
 16. Teman-teman demis **Kepengurusan Kopma Unhas TB.23** terkhusus **Bidang Pemasaran (Fiqhi, Restu, Aliyah)**, terima kasih atas kerja sama, canda tawa dan kebersamaannya selama menjalankan kepengurusan. Terima kasih atas dukungan, dorongan dan pertanyaan kapan lulus yang selalu diberikan kepada penulis. Sehat-sehat semua dan semoga segala impiannya terwujud.
 17. Keluarga Besar **UKM Kopma Unhas** yang tidak bisa penulis sebut satu persatu, terima kasih sudah menjadi keluarga baru bagi penulis, memberikan dukungan kepada penulis untuk belajar banyak hal, menjadi tempat bertukar cerita, memberikan semangat dan dorongan kepada penulis selama masa perkuliahan.
 18. Teman-teman **KKNT 109 Bulukumba** terkhusus **Posko 6 Tanah Beru (Kak Amman, Kak Rein, Kak Firman, Dea dan Cici)**. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan dan pengalaman baru yang diciptakan selama masa KKN.



19. Terakhir untuk diri sendiri **Mukarramah**, terima kasih atas kerja samanya, terima kasih karena telah berjuang sejauh ini, mampu bertahan dan melewati banyak hal dengan sabar, ikhlas dan penuh semangat. Terima kasih sudah berani melawan rasa takut demi sebuah perubahan. Terima kasih karena sudah bertanggung jawab dalam menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Ini merupakan awal bukan akhir dari sebuah cerita, semoga kedepannya bisa lebih kuat dan mampu bekerja sama lebih hebat lagi.

Demikian dari penulis, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dibalas oleh Allah SWT dengan ribuan kebaikan.

Makassar, 14 Juni 2024



Penulis



ABSTRAK

MUKARRAMAH. **Determinan Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar** (dibimbing oleh Rahmadanih dan Sitti Bulkis)

Latar Belakang. Minuman dari bahan baku utama jahe masih menjadi salah satu pilihan konsumen untuk dinikmati. Pengolahan jahe menjadi sarabba instan sudah banyak dilakukan oleh UMKM di Kota Makassar, usaha ini banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. **Tujuan.** Penelitian ini untuk menganalisis determinan yang memengaruhi keputusan pembelian sarabba instan Sukma Jahe. Penelitian ini dilakukan di PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar dengan sampel 120 responden yang merupakan konsumen produk sarabba instan. Data dikumpulkan melalui kuesioner. **Metode.** Penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi logistik biner untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. **Hasil.** Penelitian ini menyimpulkan bahwa 12 variabel independen yang terdiri atas budaya, sosial, pengetahuan, pendapatan, gaya hidup, selera, kualitas produk, variasi produk, kemasan, harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pengujian secara parsial, dari 12 variabel independen terdapat enam variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sarabba instan Sukma Jahe yaitu gaya hidup, selera, kualitas produk, kemasan, harga dan kualitas pelayanan. Sementara, terdapat lima variabel yang berpengaruh positif dan tidak signifikan yaitu sosial, pengetahuan, pendapatan, variasi produk dan promosi. Kemudian, terdapat satu variabel yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan yaitu budaya.

Kata Kunci: Determinan Keputusan; Keputusan Pembelian; Sarabba



ABSTRACT

MUKARRAMAH. **Determinants of Sukma Jahe Instant Sarabba Purchase Decision PT. Monity Jaya Bersama Makassar City** (supervised by Rahmadanih and Sitti Bulkis)

Background. Drinks made from the main raw material of ginger are still one of the consumer choices to enjoy. Processing ginger into instant sarabba has been carried out by many MSMEs in Makassar City, this business is in great demand by the public because it has many health benefits. **Objective.** Objective. This research aims to analyze the factors that influence the decision to purchase Sukma Jahe instant sarabba. This research was conducted at PT. Monity Jaya Bersama Makassar City with a sample of 120 respondents who are consumers of instant sarabba products. Data was collected through questionnaires. **Method.** The research used is binary logistic regression analysis to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. **Results.** The research concluded that 12 independent variables consisting of culture, social, knowledge, income, lifestyle, taste, product quality, product variety, packaging, price, service quality and promotion simultaneously had a significant influence on purchasing decisions. Meanwhile, in partial testing, of the 12 independent variables, there are six variables that have a positive and significant influence on the decision to purchase Sukma Jahe instant sarabba, namely lifestyle, taste, product quality, packaging, price and service quality. Meanwhile, there are five variables that have a positive and insignificant effect, namely social, knowledge, income, product variety and promotion. Then, there is one variable that has a negative and insignificant effect, namely culture.

Keywords: Buying decision; Decision Determinant: Buying decision; Sarabba



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. <i>Research Gap (Novelty)</i>	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Kerangka Pemikiran	6
BAB II. METODE PENELITIAN	8
2.1. Tempat dan Waktu Penelitian	8
2.2. Jenis dan Sumber Data	8
2.3. Populasi dan Sampel	8
2.4. Metode Pengumpulan Data	9
Data	10
ional	13
PEMBAHASAN	15
n	15



3.2 Karakteristik Responden 16

3.3. Hasil Tanggapan Responden 19

3.4. Hasil Analisis Regresi Logistik Biner 31

BAB IV. KESIMPULAN..... 40

DAFTAR PUSTAKA..... 41

LAMPIRAN 47



DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
Tabel 1. Jumlah Produksi, Harga, dan Nilai Jual PT, Monity Jaya Bersama.....	4
Tabel 2. Data Hasil Penjualan Tahun 2022	16
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	16
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	17
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	17
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	18
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	18
Tabel 8. Tanggapan Responden Variabel Budaya	19
Tabel 9. Tanggapan Responden Variabel Sosial	20
Tabel 10. Tanggapan Responden Variabel Pengetahuan	21
Tabel 11. Tanggapan Responden Variabel Pendapatan	22
Tabel 12. Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup.....	23
Tabel 13. Tanggapan Responden Variabel Selera	24
Tabel 14. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	25
Tabel 15. Tanggapan Variabel Variasi Produk	26
Tabel 16. Tanggapan Responden Variabel Kemasan	27
Tabel 17. Tanggapan Responden Variabel Harga	28
Tabel 18. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel 19. Tanggapan Responden Variabel Promosi	30
Tabel 20. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	31
Tabel 21. Hasil Uji Cox & Snell R Square dan Nagelkerke R Square Determinan yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar.....	31
Tabel 22. Hasil Uji Serentak (Uji G) Determinan yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar	32
Tabel 23. Hasil Uji Kesesuaian Model Determinan yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar.	32
Tabel 24. Hasil Uji Parsial (Uji Wald) Determinan yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar	33



DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran	7
Gambar 2. Produk Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama	15
Gambar 3. Struktur Organisasi.....	15



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Urut	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	47
Lampiran 2. Kuesioner	48
Lampiran 3. Identitas Responden	51
Lampiran 4. Tabulasi	55
Lampiran 5. Hasil Pengujian SPSS 25	61
Lampiran 6. Dokumentasi	66



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi yang sangat pesat memengaruhi intensitas dalam dunia industri termasuk didalamnya dunia usaha. Fenomena ini menjadi salah satu penyebab dari terciptanya berbagai ragam produk, fasilitas, serta pelayanan yang ditawarkan oleh suatu usaha dengan tujuan untuk menarik minat konsumen dalam membeli sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk (Simarmata *et al.*, 2022). Pemasaran merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Pemasaran mempunyai hubungan erat antara perusahaan dengan konsumen, karena pemasaran dilakukan dengan tujuan untuk menukarkan produk yang dibuat oleh perusahaan kepada konsumen (Simbolon *et al.*, 2022). Pengembangan suatu usaha memerlukan strategi pemasaran yang baik, dimana strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang digunakan untuk memenangkan persaingan dalam pasar karena strategi pemasaran dipandang sebagai dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh (Arifien, 2019). Analisis strategi pemasaran digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari usaha yang dimiliki, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk perkembangan usaha kedepannya. Analisis strategi pemasaran perlu dilakukan, karena selain kekuatan pasar terletak pada perusahaan (*seller market*), kekuatan pasar juga berada di tangan pembeli atau konsumen (*buyer market*) (Yani, 2022). Oleh karena itu, perusahaan harus memerhatikan perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian produk.

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak terhadap produk, melalui proses integritas yang dilakukan dengan mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat memilih salah satu alternatif antara melakukan pembelian atau tidak (Stephen *et al.*, 2020). Keputusan pembelian merupakan salah satu unsur yang ada dalam perilaku konsumen dimana perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi dalam memilih dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalamannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Soetanto *et al.*, 2020). Perilaku konsumen tidak hanya membahas tentang apa yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen saja, akan tetapi juga berkaitan dengan dimana, bagaimana kebiasaan dan dalam kondisi seperti apa produk yang dibeli (Kotler dan Armstrong, 2016). Perilaku konsumen yang sangat beragam terhadap penentuan produk yang digunakan atau dikonsumsi menuntut perusahaan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil suatu



alam mengambil keputusan pembelian, tentunya akan h dahulu budaya dan sosial yang ada dilingkungannya, karena sial merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling luas tingkah laku konsumen (Antoni, 2022; Hartono & Mukhlisoh, 2017; Syafirah *et al.*, 2017). Budaya merupakan nilai atau

kepercayaan yang turun temurun dari suatu wilayah yang dapat berpengaruh terhadap perilaku individu maupun kelompok (Sumarto, 2018). Perilaku individu ataupun kelompok ini akan diatur dalam budaya masing-masing, sehingga sebelum mengambil keputusan setiap individu perlu memerhatikan bagaimana budaya yang ada dilingkungannya. Faktor sosial juga turut menjadi pertimbangan sebelum membeli produk, dimana faktor sosial merupakan suatu keadaan dimana ada kehadiran orang lain dalam memengaruhi tingkah laku yang dimiliki oleh individu, biasanya berasal dari keluarga, peran dan status sosial, serta referensi kelompok acuan (Hartono & Mukhlisoh, 2022). Semakin luas lingkup sosial seseorang maka pengaruh yang didapatkan juga akan lebih luas (Shelviana *et al.*, 2019). Meningkatnya kesadaran konsumen tentang pentingnya mempertimbangkan banyak hal sebelum membeli menjadikan pengetahuan konsumen terhadap produk menjadi salah satu indikator yang sering menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian (Damastuti *et al.*, 2021; Hanjaya, 2016; Rustandi & Marlina, 2022), dimana pengetahuan terkait produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi terkait produk (Maulana *et al.*, 2020), mulai dari mutu, kandungan, keamanan, dan informasi penting lainnya (Khairunnisa *et al.*, 2022). Selain pengetahuan yang dimiliki, selera (Setiawan, 2023) dan gaya hidup (Manalu & Roshinta, 2021; Mu'ala, 2023; Nurhayati, 2023; Yunizar *et al.*, 2022) juga menjadi salah satu pertimbangan dalam diri masing-masing individu dimana mereka akan membeli jika produk tersebut sesuai dengan selera dan gaya hidup yang mereka terapkan, dimana perlu diketahui bahwa gaya hidup merupakan pola hidup yang melekat pada diri seseorang yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat dan opininya masing-masing (Kurniawan, 2022). Sedangkan selera merupakan perasaan suka terhadap sesuatu karena kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan baik suka dari segi rasa maupun aroma yang ada pada produk tersebut, sehingga seseorang akan cenderung mengingat dan memilih produk itu saat akan membeli kembali (Suryawan, 2022). Saat akan melakukan pembelian produk, tentunya ditukar dengan sejumlah uang yang sudah ditentukan harganya terlebih dahulu oleh setiap perusahaan. Oleh karena itu, sebelum membeli mempertimbangkan pendapatan yang dimiliki juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan (Manalu & Roshinta, 2021; Mu'ala, 2023; Utami *et al.*, 2015), pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima berasal dari hasil kerja atau usaha (Hanum, 2017), pendapatan ini dapat berupa uang maupun barang (Rahmi & Fadjar, 2022). Tingkat pendapatan menjadi salah satu tolak ukur bagi seseorang dalam melakukan pembelian, karena jika tingkat pendapatan tinggi maka dapat menyebabkan tingkat pengeluaran konsumsi juga tinggi begitupun sebaliknya, jika pendapatan rendah maka pengeluaran juga akan



2023; Wardana & Rianti, 2022), kualitas pelayanan (Ardianti, 2018; Hamid, 2024; Pambudi *et al.*, 2023) dan promosi (Ardina, 2018; Nurfitriyenni, 2018; Setiawan *et al.*, 2023). Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang dalam memberikan kepuasan atau bahkan melebihi ekspektasi dari pelanggan (Dahlioni & Ahwal, 2021), dimana kualitas produk dapat dilihat dari kinerjanya, fitur, reliabilitas, sesuai dengan spesifikasi, daya tahan, kecepatan, daya tarik, dan citra atau reputasi produk (Masinambow *et al.*, 2021). Kualitas produk ini menjadi salah satu penentu bagi kepuasan konsumen setelah memutuskan membeli produk (Yunizar *et al.*, 2022), karena kualitas produk yang baik akan mempertahankan, menciptakan dan membuat konsumen loyal (Fatmaningrum *et al.*, 2020). Konsumen dalam mengonsumsi produk sering berada di fase jenuh, oleh karena itu sebagai produsen perlu memberikan beberapa variasi pada produk yang ditawarkan, dimana variasi merupakan unit tersendiri yang ada dalam suatu merek atau produk yang dapat membedakan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya (Faradisa *et al.*, 2016). Biasanya variasi ini dilihat dari jenis ukuran, penampilan dan perbedaan rasa, semakin beragam produk yang dijual maka konsumen akan memiliki banyak referensi sehingga perusahaan tidak akan mudah kehilangan konsumen (Rizkiah, 2022). Dalam mempertahankan konsumen, kemasan juga dapat menjadi daya tarik tersendiri pada produk, dimana kemasan merupakan wadah atau pembungkus yang berfungsi sebagai daya tarik visual (warna dan informasi lengkap produk) dan daya tarik praktis (efektif dan efisien) (Novia & Palupi, 2022; Susetyarsi, 2012).

Daya tarik yang dimiliki oleh produk akan membantu perusahaan dalam menarik konsumen, akan tetapi faktor harga juga memiliki peranan penting dalam mewujudkan keputusan pembelian konsumen, dimana harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas barang yang diterima (Dahlioni & Ahwal, 2021), biasanya konsumen akan membeli produk dengan harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas, dan harganya dapat bersaing (Ernawati *et al.*, 2021). Informasi terkait harga dan lainnya akan lebih mudah didapatkan oleh konsumen jika suatu perusahaan melakukan promosi dengan optimal, baik promosi yang dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial (Suryaningsih, 2021). Penggunaan media sosial memudahkan setiap orang dalam mendapatkan informasi, membeli barang, dan kegiatan lainnya. Sehingga pemilik usaha perlu memperhatikan dengan baik bagaimana mereka mengolah media sosial yang mereka miliki, karena kualitas pelayanan yang diberikan menjadi ukuran seberapa bagus usaha tersebut dalam melayani konsumen (Aswad & Widyawati, 2021)

Salah satu jenis usaha yang belakangan ini menarik minat konsumen adalah produk olahan dari bahan baku utama jahe seperti minuman sarabba, teh jahe, kopi



Dwisatyadini *et al.*, 2022). Akibat kasus *Covid-19* yang sempat melanda dunia menyebabkan masyarakat sadar akan pentingnya kesehatan yang sehat. Olahan jahe merupakan salah satu olahan yang turun dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit seperti flu, demam, dan sebagainya karena didalam jahe terutama jahe merah mengandung minyak atsiri sebesar 2,58%-2,72% yang dipercaya dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit (Nafilah & Mutaqin, 2023).

Hal tersebut menyebabkan usaha yang bergerak dibidang ini masih tetap berkembang sampai sekarang.

Pengembangan usaha jahe seperti sarabba instan tentunya didukung dengan jumlah produksi jahe yang tinggi terutama di Sulawesi Selatan yang tercatat pada tahun 2022 jumlah produksi jahe sebanyak 10.464.984 kg (BPS, 2023). Tingginya jumlah produksi jahe tersebut menjadi peluang yang baik bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sulawesi Selatan yang bergerak dalam usaha pengolahan jahe seperti salah satunya usaha minuman sarabba yang diolah menjadi sarabba instan. Selain disajikan dalam bentuk cair di toko, swalayan, atau pedagang kaki lima, sarabba juga dapat dikonsumsi dimanapun dan kapanpun karena sudah ada pengembangan lebih lanjut dari yang awalnya sarabba cair menjadi sarabba bubuk atau instan yang tentunya lebih efektif dan efisien saat akan dikonsumsi.

PT. Monity Jaya Bersama merupakan salah satu UMKM di Sulawesi Selatan tepatnya di Kota Makassar, jalan Borong Indah Blok A9 yang menjalankan usaha pengolahan jahe menjadi sarabba instan. Sarabba instan ini dibuat dengan menggunakan tiga bahan utama yaitu jahe, gula palem dan krimer nabati. UMKM ini sudah dirintis sejak tahun 2012 sampai sekarang yang tentunya sudah banyak mengalami naik turunnya permintaan akan produk sarabba. Jumlah produksi sarabba instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama periode Oktober-Desember 2022 dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1. Jumlah Produksi, Harga, dan Nilai Jual PT, Monity Jaya Bersama

Bulan	Jumlah (box)	Harga (Rp/box)	Nilai (Rp)
Oktober	3.860	20.000	77.200.000
November	3.967	20.000	79.340.000
Desember	3.261	20.000	65.220.000

Sumber: Amanda, 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah produksi sarabba instan setiap bulannya berfluktuatif atau bahkan cenderung menurun, hal tersebut dikarenakan jumlah permintaan dari konsumen yang tidak menentu. Perusahaan yang tidak mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli produk akan berdampak pada jumlah produk yang terjual semakin hari akan semakin menurun, oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk sehingga perusahaan dapat mengevaluasi produknya dan dapat meningkatkan jumlah penjualan sehingga keuntungan yang didapatkan juga ikut meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait "**Determinan Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT.**



di Kota Makassar". Selain itu, penelitian tersebut juga belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga penelitian ini dianggap penting.

Salah

salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen tentang suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor budaya, sosial, pengetahuan, pendapatan, gaya hidup, kebutuhan, variasi produk, kemasan, harga, kualitas pelayanan dan

promosi. Determinan atau faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui oleh pemilik usaha karena akan berdampak pada jumlah permintaan konsumen terhadap suatu produk. Berkaitan dengan jumlah permintaan konsumen terhadap produk sarabba instan Sukma Jahe pada PT. Monity Jaya Bersama yang berfluktuatif atau bahkan mengalami penurunan dari bulan November ke Desember sebanyak 706 box, diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan pemilik usaha terkait pertimbangan apa saja yang memengaruhi konsumen dalam membeli produknya, dimana keputusan konsumen untuk membeli atau sebaliknya dipengaruhi oleh banyak faktor. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apa saja determinan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe di PT. Monity Jaya Bersama?”.

1.3. *Research Gap (Novelty)*

Penelitian terkait minat beli terhadap minuman jahe sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Latief (2018) dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana produk, harga, lokasi dan promosi memengaruhi minat beli konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan 100 sampel. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menguji pengaruh atau hubungan antar variabel bebas dan terikat. Hasil uji regresi berganda yaitu: $Y = 1,470 + 0,168X_1 + 0,222X_2 + 0,172X_3 + 0,133X_4$. Sehingga hasil penelitian ini membuktikan bahwa produk, harga, lokasi dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung Wedan jahe Sido Mampir.

Penelitian tentang atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk sudah pernah dilakukan oleh Achmad & Millaty (2021) dengan judul penelitian “Atribut yang Menjadi Pertimbangan Konsumen terhadap Minuman Mengandung Ekstrak Jahe (*Zingiber officinale*) di Kabupaten Sleman”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih minuman kemasan yang memiliki kandungan ekstrak jahe. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow dalam menentukan pengambilan jumlah sampelnya. Karakteristik responden dapat diketahui dengan melakukan analisis deskriptif sedangkan untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dilakukan uji binomial yang diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS. Berdasarkan hasil uji binomial yang dilakukan



at diketahui bahwa atribut harga, rasa, kemasan, informasi merek, promosi dan kemudahan konsumen dalam mendapatkan atribut yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam membeli minuman kemasan yang mengandung ekstrak jahe.

elitian terkait faktor yang memengaruhi keputusan pembelian artono & Mukhlisoh (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Jamu Tradisional”.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap Keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 30 responden dan dianalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linear berganda. Adapun hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh signifikan antara budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan pembelian jamu tradisional.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini peneliti memilih judul “Determinan Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar”. Selain itu metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan metode analisis regresi logistik biner. Kebaruan lain dalam penelitian ini juga dapat dilihat pada objek kasus yang dikaji yaitu sarabba instan dan lokasi penelitian “Kota Makassar” yang tentu saja terdapat perbedaan kondisi budaya dan sosial masyarakat yang berbeda dengan wilayah lainnya.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis determinan yang memengaruhi keputusan pembelian sarabba instan Sukma Jahe di PT. Monity Jaya Bersama.

1.5. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

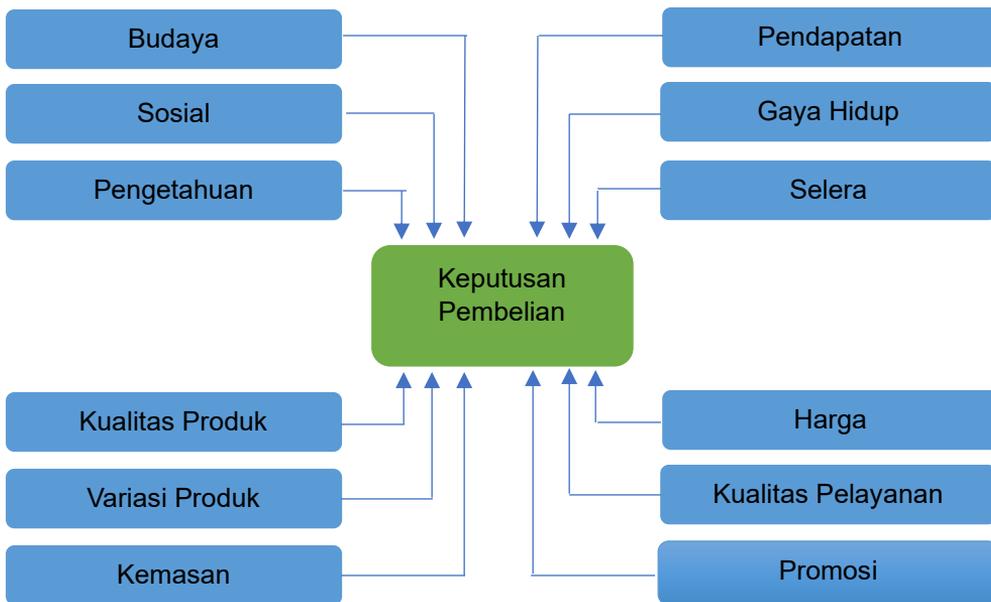
1. PT. Monity Jaya Bersama, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi Perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan.
2. Penulis dan Pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pengetahuan untuk kedepannya baik dalam penyusunan karya ilmiah maupun dalam mengelola sebuah usaha.

1.6. Kerangka Pemikiran

Keputusan pembelian merupakan proses integritas yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya apakah membeli atau sebaliknya (Afifah, 2020). Setiap konsumen dalam mengambil keputusan memiliki perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen lainnya, hal ini dikarenakan keputusan pembelian konsumen berbeda-beda sesuai dengan faktor-faktor yang memengaruhinya. Adapun faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan

melakukan pembelian dapat dilihat pada Gambar 1.





Gambar 1. Kerangka Pemikiran

