

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beras ketan berasal dari spesies *Oryza sativa* yang memiliki perbedaan dari beras pada umumnya. Beras ketan memiliki kandungan pati yang rendah dan kandungan amilopektin yang tinggi, sehingga setelah dimasak mendapatkan tekstur lengket atau pulen. Sementara beras biasa mengandung amilosa yang lebih tinggi, sehingga menghasilkan tekstur yang tidak lengket dan lebih cocok untuk konsumsi sehari-hari sebagai nasi. Perbedaan ini membuat beras ketan memiliki fungsi dan penggunaan yang spesifik dalam kuliner.

Penggunaan beras ketan juga sering digunakan dalam pembuatan makanan tradisional, seperti lempeng, onde-onde, wajik, dan tape, yang menjadi bagian penting dari budaya kuliner Indonesia. Beras ketan juga memiliki makna simbolis dalam berbagai tradisi adat, di mana sifat lengketnya melambangkan persatuan dan kebersamaan. Jenis beras ini tersedia dalam dua varian utama, yaitu ketan putih dan ketan hitam, dengan ketan hitam memiliki kandungan antioksidan yang lebih tinggi dan manfaat kesehatan tambahan.

Pada penelitian Risky Rahim & Nurlela (2023) menjelaskan bahwa tradisi *Assuro Maca* atau *Mabbaca-baca* yang dilakukan oleh suku bugis-makassar lebih tepatnya di daerah Lau, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. Tradisi ini telah dilakukan oleh Masyarakat Suku Bugis-Makassar yang dilakukan secara turun temurun sebagai bentuk ungkapan rasa Syukur karena telah dipertemukan Kembali dengan bulan suci Ramadhan dan juga bertujuan untuk mendoakan para leluhur yang telah meninggal. Pada tradisi ini, Makanan digunakan sebagai salah satu alat untuk melakukan ritual tersebut. Beras Ketan atau lebih kerap suku Bugis-Makassar sebut dengan *Sokko* atau *Songkolo* sebagai makanan utama atau pokok dari tradisi tersebut.

Penggunaan beras ketan dapat dibedakan untuk konsumsi rumah tangga dan untuk keperluan industri, rata-rata konsumsi ketan di perdesaan lebih tinggi dibandingkan dengan di perkotaan. Di perdesaan, masih banyak ditemukan masyarakat yang mengonsumsi ketan, baik untuk makanan kudapan maupun sebagai campuran beras seperti pada nasi kuning atau lainnya. Trend permintaan ketan tidak mempunyai pola khusus, namun cenderung meningkat, masing-masing 18,8% pertahun untuk wilayah perkotaan dan 14,4% pertahun di perdesaan.

Data produksi maupun permintaan ketan belum tercatat dengan baik. Data produksi ketan masih menyatu dengan data produksi beras pada umumnya, begitu pula data konsumsinya. Sebagian kebutuhan ketan masih dipenuhi dari impor. Meskipun ketan telah banyak diproduksi di dalam negeri, termasuk data permintaan dan kebutuhan ketan untuk industri. Data produksi ketan masih dikategorikan sebagai data produksi padi dalam arti luas.

Saat ini, data spesifik mengenai produksi beras ketan di Sulawesi Selatan belum tersedia dalam publikasi resmi Badan Pusat Statistik (BPS). Informasi yang ada umumnya mencakup produksi padi secara keseluruhan tanpa memisahkan antara beras ketan dan beras non-ketan. Jumlah produksi beras Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2023 sebanyak 2.7 ton (BPS Sulawesi Selatan 2023). Hal ini menyebabkan pemerintah provinsi menggiatkan program untuk mempertahankan dan menambah jumlah produksi beras untuk memenuhi kebutuhan beras masyarakat.

Impor beras umumnya dilakukan dengan tujuan utama yaitu memenuhi kebutuhan konsumsi beras per kapita yang terus meningkat setiap tahun. Walaupun Indonesia sebagai negara agraris dalam potensi produksi padi dan beras. Akan tetapi, sering kali produksi beras mengalami fluktuasi yang diakibatkan oleh faktor perubahan iklim, berkurangnya lahan pertanian, kondisi tanah, dan akses pengairan. Sehingga impor beras menjadi salah satu solusi untuk menjaga stabilitas harga dan ketersediaan beras di pasar sehingga tidak terjadi kelangkaan beras yang dapat memicu kenaikan harga beras secara signifikan.

Impor beras ketan juga dilakukan oleh pemerintah karena kebutuhan beras ketan dalam negeri belum dapat dipenuhi oleh petani lokal. Hal ini disebabkan karena padi ketan memiliki masa panen yang relatif lama, cenderung mudah rusak, dan proses pengolahan menjadi beras yang sulit sehingga membuat kebanyakan petani enggan untuk menanam padi ketan dan berdampak pada harga beras ketan yang lebih mahal dibanding dengan beras pada umumnya (Heriyana dkk., 2021). Harga beras ketan yang mahal berbanding terbalik dengan kebutuhan akan beras ketan yang cenderung mengalami peningkatan. Menurut BPS (2022) tercatat pada tahun 2022 kebutuhan beras ketan dalam negeri mencapai 120,493 ton, sehingga ketersediaan akan kebutuhan beras ketan masih mengandalkan impor dari luar negeri.

Perum Bulog melakukan impor beras ketan dari beberapa negara seperti Thailand dan Vietnam untuk memenuhi kebutuhan khusus dan permintaan yang cukup tinggi dari industri dan konsumen tertentu (Febri Eka Shafianti, 2024).

Beras ketan impor umumnya lebih digemari oleh masyarakat di Kota Makassar. Hal ini disebabkan oleh kualitas yang dimiliki beras ketan impor lebih konsisten karena proses pengawasan yang lebih ketat. Selain itu, dari rata – rata harga yang terdapat pada beberapa pasar di Kota Makassar beras ketan putih lokal memiliki harga yang lebih dengan kisaran harga Rp.20.000 per kilogram sedangkan harga beras ketan putih impor lebih rendah dengan kisaran harga Rp. 17.000 per kilogram.

Kota Makassar sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan merupakan kota yang padat akan penduduk yang membuat tingkat permintaan beras yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah konsumsi beras di Kota Makassar pada tahun 2023 sebanyak 170.909,19 ton (BPS Sulawesi Selatan 2023). Data jumlah konsumsi beras ini menunjukkan bahwa Kota Makassar dengan tingkat konsumsi beras tertinggi yang disebabkan oleh penduduk yang padat.

Banyaknya permintaan pangan di Kota Makassar menjadi tantangan bagi pedagang berbagai jenis komoditas beras, terutama beras ketan dalam ketatnya persaingan untuk mempertahankan usaha. Preferensi dan kebutuhan konsumen dalam studi perilaku konsumen sebagai sesuatu hal yang fundamen untuk dipahami. Selain itu, pedagang beras dapat menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan membuat keputusan yang tepat dalam mengembangkan produk agar dapat mengurangi risiko kegagalan pemasaran produk serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Perilaku konsumen umumnya memiliki keterikatan dengan keputusan pembelian. Menurut Zaini et al. (2020) keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh masyarakat dalam memutuskan produk atau jasa mana yang akan dibeli untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Keputusan pembelian menjadi hal yang perlu dicermati oleh seorang pelaku usaha atau pedagang.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian terhadap komoditas beras terdapat beberapa faktor yang memengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan yang dapat dilihat dari karakteristik produk dan karakteristik konsumen.

Karakteristik produk merupakan kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan dengan produk sejenis pesaing yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan (Alicia & Siagian, 2020). Karakteristik sebuah produk beras dapat dinilai melalui kualitas dan harga beras yang ditawarkan kepada konsumen.

Selain dari karakteristik sebuah produk, konsumen secara tidak sadar memilih sebuah produk berdasarkan dari faktor yang berasal dari individu seorang konsumen yang terbagi atas promosi, kebiasaan pembelian, layanan yang diberikan, manfaat/kandungan gizi, dan distribusi.

Kualitas dan harga produk merupakan hal yang sulit untuk dipisahkan. Hadirnya paradigma dari konsumen seperti "Kualitas produk yang baik tentu ditawarkan dengan harga yang mahal". Menurut Lestari & Noersanti (2020) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan. Kualitas produk yang baik akan memengaruhi seorang konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli. Pada produk beras kualitas beras yang diinginkan konsumen tentu kualitas yang baik seperti bulir beras yang putih, tidak mudah rusak, memiliki aroma yang khas, dan bulir beras yang matang tebal.

Harga pada produk sebagai aspek yang paling sering ditimbang oleh konsumen untuk menentukan sebuah produk yang akan dibeli untuk memenuhi kebutuhan. Harga merupakan besarnya biaya yang ditukarkan untuk menghasilkan produk atau jasa akibat dari penilaian konsumen terhadap barang tersebut. Pedagang harus menetapkan harga jual atas produk yang sudah dibuatnya (Mudfarikah & Dwijayanti, 2022). Hal ini juga berlaku terhadap komoditas beras, walaupun beras merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh seorang konsumen untuk bertahan hidup.

Tingginya permintaan beras ketan memicu naik atau turunnya harga di pasaran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aldi (2021) menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan beras. Hal ini berlaku pada semua daerah di Indonesia yang mempunyai kebiasaan dalam mengonsumsi beras, termasuk Kota Makassar.

Harga beras ketan lokal dan impor memiliki harga yang berbeda. Menurut Habriyanto et al., (2023) terdapat beberapa faktor yang membuat harga beras naik seperti kebijakan impor, panen dan produksi beras yang menurun, juga permintaan beras yang tinggi karena stok pasar yang menipis. Kolaborasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah dan desa perlu terbangun guna memperlancar sistem distribusi yang merata sehingga kebutuhan pangan sampai pelosok dapat tersalurkan dengan baik.

Harga beras ketan lokal dan impor memiliki harga yang beragam tergantung jenis beras dan merk beras ketan tersebut. Rata-rata harga beras ketan lokal 1 Kg sebesar Rp.20.000 sedangkan harga beras ketan impor 1 Kg sebesar Rp.17.000. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti biaya produksi beras ketan lokal lebih tinggi, sistem distribusi yang efisien, kebijakan impor, dan fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing.

Penetapan harga beras secara umum ataupun secara spesifik seperti beras ketan, beras merah dan jenis beras lainnya telah diberlakukan oleh pihak dari pemerintah. Penetapan harga dilakukan untuk meniadakan persaingan harga antar pedagang (Hartono dkk., 2021). Fenomena atas kenaikan harga beras antar pedagang belum menjamin peningkatan kualitas dari produk yang dimana hal ini akan memicu kerugian pada konsumen.

Selain karakteristik produk, karakteristik konsumen juga berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian. seperti yang telah di jelaskan sebelumnya terdapat beberapa karakteristik konsumen. *Pertama*, promosi adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang dapat menarik perhatian konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk (Sulis Setiyo Ningsih dkk., 2023) Dalam konteks pembelian beras ketan, promosi mencakup upaya dalam memengaruhi prefensi konsumen beras ketan.

Kedua, Kebiasaan pembelian (*habitual buying behavior*) adalah pola pembelian konsumen yang dilakukan secara berulang dan otomatis tanpa melalui proses evaluasi atau pertimbangan yang panjang. Konsumen membeli produk bukan karena loyalitas atau minat yang tinggi, tetapi karena sudah terbiasa. Teori mendasar yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016) dalam buku Manajemen Pemasaran yaitu teori *low – involvement* bahwa produk yang konsumen tidak terlalu banyak pertimbangan pada proses pengambilan keputusan pembelian, termasuk salah satu contoh produk dari teori ini adalah beras. Konsumen yang rutin mengonsumsi beras cenderung tidak banyak pertimbangan dalam menentukan beras yang ingin mereka beli, cuman didasarkan pada kebiasaan pembelian.

kebiasaan pembelian mengacu pada pola, preferensi, dan kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Kebiasaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti faktor persepsi, pencarian informasi, pengalaman dalam pembelian, pola hidup dan lingkungan sosial. Terhadap keputusan pembelian beras ketan, konsumen dapat terpengaruh oleh faktor dari kebiasaan pembelian.

Ketiga, Budaya dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian beras, karena budaya mencakup nilai – nilai, kepercayaan, dan kebiasaan yang membentuk cara konsumen berpikir dan berperilaku dalam memilih produk. Budaya makan masyarakat Indonesia yang menganggap belum makan jika belum mengonsumsi nasi menjadi salah satu faktor utama tingginya konsumsi beras di Indonesia. Selain itu itu keputusan pembelian dari sisi budaya sangat dipengaruhi oleh suku yang memiliki budaya dan latarbelakang historis tersendiri dalam menentukan jenis beras yang dikonsumsi (Febriani, 2020). Secara spesifik, budaya mengonsumsi beras ketan umumnya berasal dari dua aspek yaitu diturunkan secara turun temurun dari keluarga, dan membeli beras ketan karena diolah sebagai makanan dalam pagelaran tradisi, layanan yang diberikan kepada konsumen saat pembelian barang. Menurut Rafqi Ilhamalimy & Mahaputra (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan adalah bagian penting dari pengalaman konsumen yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan, kepuasan, dan nilai tambah dari konsumen untuk membentuk loyalitas konsumen.

Keempat, manfaat dari produk. Menurut Kotler & Keller (2016) *Benefit Theory* menjelaskan bahwa konsumen membeli produk atau jasa karena mereka percaya bahwa produk tersebut dapat memberikan manfaat yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Produk Beras ketan impor memiliki kandungan gizi dan manfaat kesehatan yang beragam, yaitu kandungan amilosa yang sangat rendah dan amilopektin yang tinggi, membuatnya memiliki tekstur lengket setelah dimasak.

Kelima, distribusi. Menurut Arianto & Octavia (2021) distribusi merupakan kegiatan penyaluran produk untuk sampai kepada tangan konsumen yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Beras keta impor melibatkan serangkaian proses yang memastikan produk dapat diakses oleh konsumen akhir, mulai dari petani hingga pasar lokal hingga ke tangan konsumen

Konsumen dalam keputusan pembelian menimbang produk yang akan dibeli dari segi aspek kualitas dan harga pada produk. Selain itu, aspek demografi dan psikografi konsumen menjadi aspek yang perlu ditinjau oleh seorang pedagang beras agar dapat menentukan strategi pemasaran beras ketan impor yang tepat sehingga produk dapat terpasarkan dengan baik.

Kota Makassar yang merupakan salah satu pusat perekonomian di Sulawesi Selatan yang memiliki cukup banyak pedagang beras ketan yang tersebar di beberapa lokasi di Kota Makassar yang memasarkan beras ketan secara grosir ataupun eceran. Atas dasar ini peneliti tertarik untuk melihat apa yang menjadi faktor terhadap keputusan pembelian beras ketan oleh konsumen di Kota Makassar.

Berdasarkan latar belakang yang disusun, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-faktor keputusan pembelian beras ketan impor masyarakat di Kota Makassar". Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian beras ketan di Kota Makassar.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam pemenuhan kebutuhan seorang konsumen, keputusan pembelian dalam studi perilaku konsumen menjadi hal mendasar yang harus dipahami oleh seorang pedagang. Seorang pedagang yang memasarkan beras dengan pengetahuan awal bahwa beras merupakan komoditas pangan yang menjadi kebutuhan dasar manusia perlu mengetahui kenapa seorang konsumen membeli beras tersebut melalui studi perilaku konsumen.

Perilaku konsumen dalam konteks melakukan pembelian tidak terlepas dari sebuah faktor-faktor keputusan pembelian. Konsumen dalam memutuskan produk yang dibeli secara sederhana dapat dilihat dari karakteristik produk yang ingin dibeli dan karakteristik seorang konsumen. Oleh karena itu, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu faktor-faktor apa saja yang menyebabkan keputusan pembelian beras ketan impor masyarakat di Kota Makassar ?.

1.3. Research Gap (Novelty)

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang perilaku konsumen yaitu keputusan pembelian konsumen terhadap keputusan pembelian beras. Penelitian yang dilakukan Kabeakan (2019) dengan judul "Deskripsi Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan". Penelitian ini berfokus pada jenis komoditas beras merah sebagai bahan pokok karena semakin tumbuh kesadaran gaya hidup sehat masyarakat. Jenis data yang dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode penelitian yang digunakan

yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli beras merah di supermarket maju bersama cabang Yos Sudarso dengan jumlah sampel sebanyak 100 yang diperoleh melalui pendekatan rumus Cooper. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen berdasarkan usia 31-40 tahun, jenis kelamin perempuan, status pernikahan sudah menikah, tingkat pendidikan sarjana, dan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga adalah mayoritas responden. Secara serempak faktor internal (gaya hidup dan sikap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Karakteristik konsumen beras merah di Kota Medan pada penelitian yang dilakukan Kabaekan (2019) umumnya tidak jauh berbeda dengan konsumen di Kota Makassar. Konsumen beralih dari beras putih ke beras merah dikarenakan timbulnya kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat. Prefensi konsumen terhadap beras juga berasal dari faktor karakteristik pribadi konsumen selain gaya hidup sehat seperti pendapatan, umur, sosial, budaya, dan faktor kepribadian secara psikologis seperti motivasi, persepsi, sikap, keyakinan, dan emosi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kabaekan (2019) terhadap keputusan pembelian beras merah di Kota Medan mengedepankan faktor konsumen secara internal untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor internal konsumen terhadap keputusan pembelian beras merah sedangkan pada penelitian ini untuk melihat prefensi konsumen terhadap beras ketan impor di Kota Makassar dengan meninjau faktor karakteristik yang dimiliki oleh beras ketan impor dan karakteristik dari konsumen.

Penelitian yang dilakukan Hasbi et al (2021) dengan judul penelitian “Analisis Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Beras di Kabupaten Luwu”. Penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk dan harga produk dengan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan oleh peneliti secara acak (random) dan pendekatan filsafat positivisme digunakan peneliti untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara dengan tujuan peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian beras di Kabupaten Luwu. Harga dan kualitas berpengaruh keduanya secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kabupaten Luwu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda untuk melihat keputusan konsumen terhadap pembelian beras di Kabupaten Luwu dengan berfokus pada variabel kualitas produk dan harga produk. Secara garis besar terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu pada komoditas yang ingin diteliti. Beras ketan impor memiliki perbedaan dari beras biasa seperti pada harga pasar, karakteristik konsumen seperti kebiasaan konsumen dalam membeli dan manfaat yang ingin diperoleh dari membeli beras ketan impor.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasbi et al (2021) dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Kecamatan Tembikan Kabupaten Indagiri Hilir”. Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Metode penentuan populasi yaitu konsumen yang melakukan pembelian beras dan pengambilan sampel dilakukan secara *Random Sampling* dengan jumlah sampel 35 orang. Peneliti dalam mendapatkan data dari daftar pertanyaan dari kuisioner untuk memperoleh informasi dari responden dengan pendekatan skala likert. Peneliti menggunakan metode regresi linear berganda untuk menjawab tujuan penelitian dengan variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sebagai variabel bebas dan perilaku

konsumen sebagai variabel terikat. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel budaya dan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilan.

Penelitian ini berfokus pada variabel budaya dan sosial untuk melihat keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilan Kabupaten Indragiri Hilir dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Secara karakteristik konsumen dapat disimpulkan pada hasil penelitian variabel sosial dan budaya berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian beras.

Dari sisi budaya, keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh suku. Suku masyarakat pada Kecamatan Tembilan Kabupaten Indragiri Hilir dominan suku Banjar, Jawa, Bugis, Melayu. Secara latar belakang suku tersebut memiliki historis tersendiri dalam menentukan jenis beras yang akan dikonsumsi. Sedangkan dari sisi sosial keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh keluarga yang dapat digambarkan sebagai anggota masyarakat yang secara dasar tinggal bersama dan saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan individu atau kebutuhan individu antar keluarga yang dapat menjadi referensi konsumen untuk mengetahui sebuah produk.

Dari karakteristik konsumen seperti faktor ekonomi dan psikologis berlaku secara umum. Masyarakat Kecamatan Tembilan Kabupaten Indragiri Hilir mayoritas mengonsumsi beras sebagai bahan pokok, yang menjadi pembeda hanya terletak pada jenis merek beras yang dapat dibeli. Secara psikologis seperti motivasi masyarakat dalam membeli beras umumnya didorong karena kebutuhan yang timbul dari rasa lapar yang membuat masyarakat memenuhi kebutuhan lapar melalui konsumsi beras.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor yang berpengaruh kepada keputusan pembelian beras ketan impor masyarakat di Kota Makassar.

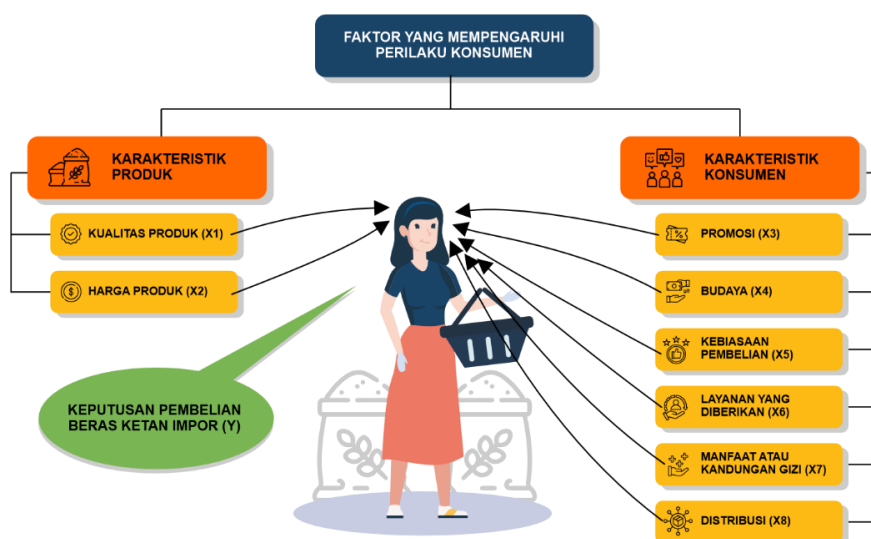
1.5. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran pada pengembangan ilmu pengetahuan terkhusus pada bidang ilmu pengetahuan sosial ekonomi pertanian.
2. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya, khususnya pada penelitian tentang perilaku konsumen pada keputusan pembelian komoditas beras.
3. Sebagai bahan bacaan bagi pedagang beras untuk mempelajari perilaku konsumen agar pedagang dapat memahami konsumen sehingga pedagang dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif.

1.6. Kerangka Pemikiran

Menurut Arif Mukti Ramadhan (2023) kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang dijadikan sebagai gambaran alur logika dari tema yang akan ditulis dalam penelitian. Diagram tersebut akan menunjukkan hubungan dari variabel. Kerangka pemikiran dibutuhkan dalam sebuah penelitian agar bisa menjelaskan secara teoritis, dan dapat menjelaskan adanya hubungan antar variabel. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Keterangan: 1. — : Berhubungan

2. —→ : Berpengaruh

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Faktor-faktor Keputusan Pembelian Beras Ketan Masyarakat di Kota Makassar

Kerangka pemikiran ini disusun untuk menggambarkan garis besar penelitian ini dalam bentuk gambar. Pada penelitian ini terdapat 8 variabel untuk mengetahui Keputusan pembelian beras ketan impor yang terbagi melalui pendekatan karakteristik produk dan karakteristik konsumen. Pada karakteristik produk beras ketan impor terdapat 2 variabel yaitu kualitas produk dan harga produk. Pada karakteristik konsumen terdapat 6 variabel yaitu promosi, budaya, kebiasaan pembelian, layanan yang diberikan dari pasar, manfaat atau kandungan gizi dari beras ketan, dan distribusi beras ketan impor dari produsen ke pasar. Seluruh variabel ini memiliki garis hubungan pengaruh dengan keputusan pembelian konsumen.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan Kota Makassar merupakan salah satu pusat perekonomian di Sulawesi Selatan. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Januari hingga Februari 2025.

2.2. Metode Pengumpulan Data

2.2.1. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terdapat dua sumber dan jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data langsung yang diperoleh dari hasil wawancara (Susanti & Nafi'ah, 2023). Data primer menghasilkan informasi sesuai kondisi di lapangan yang sifatnya faktual yang diperoleh dari masyarakat Kota Makassar sebagai responden yang diwawancarai dengan menggunakan kuesioner yang telah dibuat.

Data sekunder merupakan data hasil analisis interpretasi dari data primer yang berkaitan dengan masa lalu (Syafnidawaty, 2020). Data sekunder dapat diperoleh melalui sumber publikasi pemerintah, situs, buku, artikel jurnal, catatan internal organisasi dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara dan observasi. Wawancara merupakan aktivitas tanya jawab yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk menggali informasi dari narasumber (Aeni & Agung, 2022). Observasi merupakan suatu cara mengumpulkan data penelitian dengan mempunyai sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural, pelaku observasi berpartisipasi secara natural dalam sebuah interaksi (Zakky, 2020). Wawancara dan observasi pada penelitian berfokus pada masyarakat yang berdomisili di Kota Makassar.

2.2.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ada dalam penelitian, wilayah ini meliputi subjek dan objek dalam penelitian yang bisa ditarik kesimpulannya. Sampel merupakan sebagian bagian yang meliputi bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian (Amin dkk., 2023).

Secara sederhana sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik pada populasi tersebut. Apabila jumlah populasi sangat besar, peneliti tidak mungkin mendalami keseluruhan dari populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Teknik pengambilan sampel sangat diperlukan dalam sebuah penelitian untuk menentukan jumlah sampel yang diperoleh dari populasi yang ingin dijadikan sebagai sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Makassar yang membeli beras ketan melalui pedagang beras yang berada pada Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel sangat diperlukan dalam sebuah penelitian untuk menentukan jumlah sampel yang diperoleh dari populasi yang ingin dijadikan sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama terhadap setiap bagian populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan metode *accidental sampling* yaitu memilih sampel berdasarkan kebetulan,

siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan diyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sumber informasi terhadap penelitian.

Penentuan sampel dari populasi yang jumlah tidak diketahui, peneliti menggunakan rumus (Lemeshow, 1997). Pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel jika populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus Lemeshow dalam menentukan populasi pada persamaan 1.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel
 z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96%
 P = Maksimal estimasi
 d = Tingkat kesalahan

Dari rumus tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan penentuan maksimal estimasi sebesar 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01} \\ n &= \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan sebanyak 96 responden. Untuk memudahkan peneliti dalam menggambarkan hasil yang baik maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, hal ini dikarenakan semakin banyak sampel yang digunakan maka akan semakin baik hasil yang diharapkan (Fuad dkk., 2019).

2.3. Metode Analisis

2.3.1. Regresi Logistik Biner

Metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait Keputusan pembelian pada beras ketan impor dianalisis menggunakan metode analisis regresi logistik biner. Penggunaan metode analisis regresi dalam penelitian ini karena analisis regresi merupakan salah satu analisis dalam statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel bebas (dependen) dan variabel terikat/respon (independen) (Alwi et al., 2018). Selain itu, Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel tertentu dan variabel lainnya (Tampil dkk., 2017).

1. Model Umum Regresi Logistik Biner

Analisis regresi adalah alat analisis dalam statistik yang digunakan untuk menaksir pola hubungan kausalitas antar variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y) (Alwi et al., 2018). Hubungan antara satu atau dua variabel dapat dilihat mudah dipahami jika menggunakan model regresi. Adapun bentuk persamaan umum analisis regresi diberikan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon_i \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (nilai yang diprediksi)
 X = Variabel bebas
 β_0 = Konstanta
 β_1 = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)
 ε = Galat acak/Galat regresi

Regresi logistik adalah suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan hubungan antara variabel terikat yang mempunyai dua kategori atau lebih dengan satu atau lebih peubah bebas berskala kategori atau kontinu. Adapun regresi logistik dibagi menjadi 3 yaitu regresi logistik biner, regresi logistik multinomial dan regresi logistik ordinal.

Regresi logistik biner merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan satu atau beberapa variabel prediktor (variabel bebas) dengan sebuah variabel respon (variabel terikat) dengan kategori bersifat biner (Alwi et al., 2018). Model regresi logistik biner digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel respon dan beberapa variabel prediktor, variabel respon berupa data kualitatif dikotomi yang bernilai 1 untuk menyatakan keberadaan karakteristik dan bernilai 0 untuk menyatakan ketidakberadaan karakteristik (Salam et al., 2023). Dalam penelitian ini variabel respon terdiri dari dua kategori yaitu: Y=1 menyatakan hasil yang diperoleh "membeli" dan Y=0 menyatakan hasil yang diperoleh "tidak membeli" maka model penelitian tersebut termasuk dalam regresi logistik biner.

Model regresi logistik biner digunakan apabila variabel respon menghasilkan dua kategori, yaitu bernilai 0 dan 1 sehingga mengikuti distribusi Bernoulli (Persamaan 2).

$$f(y_i) = \pi_i^{y_i} (1 - \pi_i)^{1-y_i} \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:

- π_i = peluang kejadian ke-i
 y_i = perubahan acak ke-l yang terdiri dari 0 dan 1

Bentuk model regresi logistik dengan satu variabel prediktor adalah seperti pada persamaan 3

$$\pi(x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x)} \dots\dots\dots (3)$$

Untuk mempermudah menaksir parameter regresi, maka $\pi(x)$ pada persamaan di atas ditransformasikan sehingga menghasilkan bentuk logit regresi logistik, seperti pada persamaan 4.

$$g(x) = \ln \left[\frac{\pi(x)}{1 - \pi(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1 x \dots\dots\dots (4)$$

2. Spesifikasi Model Penelitian

a. Definisi Pengukuran Variabel dan Tipe Data

Variabel dalam penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sahir, 2021). Menurut Martono (2014), variabel merupakan pusat perhatian dalam penelitian kuantitatif yang mempunyai variasi atau lebih dari satu nilai. Tujuan variabel yaitu untuk mengungkap hubungan sebab akibat dalam suatu fenomena sosial dan melihat akibat yang ditimbulkannya apakah lebih banyak pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penyebab

yang dihipotesiskan dalam sebab-akibat hubungan disebut variabel independen sedangkan pengaruh yang dihipotesiskan disebut dengan variabel dependen. Penggunaan variabel dalam hipotesis penelitian mempunyai tiga pendekatan dasar: 1) membandingkan suatu kelompok terhadap suatu variabel independen untuk melihat dampaknya terhadap variabel, 2) dependen berkaitan satu atau lebih variabel bebas ke satu atau lebih variabel terikat, 3) menggambarkan tanggapan terhadap variabel independen, mediasi, atau dependen.

b. Tanda Hipotesis yang diharapkan dan hasil signifikan dari variabel independent

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu hypo: di bawah dan thesa: kebenaran, sehingga hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman simpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. (Martono, 2014). Pada penelitian kuantitatif, sangat penting bagi peneliti untuk mengetahui cara merumuskan hipotesis, karena hipotesis dapat menjadi jembatan antara masalah dan bukti empiris yang dapat digunakan untuk memecahkan sebuah masalah (Martono, 2014). Selain itu, hipotesis juga dapat menggambarkan dan menguji akibat logis hubungan sebab akibat atau memperkirakan hubungan sebab akibat antar variabel yang diamati (Barella dkk., 2020).

c. Model Penelitian dalam Persamaan Matematika

Merujuk pada persamaan 3 dan 4, maka pada penelitian ini diuji pengaruh 12 variabel independen yaitu variabel budaya, sosial, pendapatan, gaya hidup, selera, kualitas produk, variasi produk, kemasan, harga, harga produk sejenis, kualitas pelayanan dan promosi terhadap dependen variabelnya. Sementara variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian, dimana keputusan membeli= 1 dan tidak membeli= 0, sebagaimana disajikan secara matematis pada Persamaan 5.

$$g(X) = \ln \left[\frac{\pi(Q)}{1-\pi(Q)} \right] = \beta_0 + \beta_1 KP + \beta_2 HP + \beta_3 P + \beta_4 B + \beta_5 KPB + \beta_6 L + \beta_7 M + \beta_8 D \dots (5)$$

Dimana:

- $g(X)$ = Keputusan Pembelian (membeli atau tidak)
- $\ln$ = Logaritma Natural
- β_0 = Konstanta
- $M(x)$ = Probabilitas Keputusan Pembelian
- KP = Variabel Kualitas Produk (Skor)
- HP = Variabel Harga Produk (Skor)
- P = Variabel Promosi (Rp)
- B = Variabel Budaya (Skor)
- KPB = Variabel Kebiasaan Pembelian (Skor)
- L = Variabel Layanan (Skor)
- M = Variabel Manfaat (Skor)
- D = Variabel Distribusi (Skor)

3. Pendugaan Parameter

Penyelesaian untuk mengestimasi parameter yang belum diketahui dapat menggunakan metode *Maximum Likelihood* (MLE) (Salam & Arsyad, 2023). Pada dasarnya metode *maximum likelihood* memberikan nilai estimasi β untuk memaksimumkan fungsi kemungkinan (*likelihood*). Secara sistematis, fungsi kemungkinan (*likelihood*) untuk model regresi logistik biner seperti tertera pada Persamaan.

$$l(\beta) = \prod_{i=1}^n M(x_i)^{y_i} [1 - M(x_i)]^{1-y_i} \dots\dots\dots 6$$

Dimana:

y_i = Pengamatan pada variabel ke-i

$M(x_i)$ = Peluang untuk variabel prediktor ke-i

Untuk memudahkan perhitungan maka dilakukan pendekatan *log likelihood*, didefinisikan sebagaimana pada persamaan 7 di bawah:

$$l(\beta) = \sum_{i=1}^n \{y_i \ln[M(x_i)] + (1-y_i) \ln[1 - M(x_i)]\} \dots\dots\dots 7$$

Untuk mendapatkan nilai penafsiran koefisien regresi logistik (β) dilakukan dengan membuat turunan pertama $l(\beta)$ terhadap β dan disamakan dengan 0.

4. Pengujian Model Regresi Logistik

a. Uji Serentak

Uji model serentak dilakukan untuk memeriksa peranan variabel prediktor terhadap variabel respon secara serentak atau secara keseluruhan. Uji serentak ini disebut juga uji model *chi square*. Hipotesis untuk uji ini adalah seperti berikut ini (Persamaan 8).

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$ (variabel *predictor* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel respon simultan)

H_1 : paling sedikit ada satu parameter $\beta_i \neq 0$ (minimal ada satu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel respon).

Statistik uji yang digunakan yaitu statistik uji G atau *Likelihood Ratio Test*:

$$G = -2 \ln \frac{\left[\frac{n_1}{n} \right]^{n_1} \left[\frac{n_0}{n} \right]^{n_0}}{\prod_{j=1}^k \pi_j^{n_j} \prod_{j=1}^{k-1} [1-\pi_j]^{1-y_j}} \dots\dots\dots$$

Dimana:

n_1 = banyaknya observasi yang berkategori 1

n_0 = banyaknya observasi yang berkategori 0

Statistik uji G mengikuti distribusi chi-square, sehingga untuk memperoleh keputusan dilakukan perbandingan dengan nilai X^2 tabel, dengan derajat bebas (db) = $k-1$, k merupakan banyaknya variabel prediktor. Kriteria penolakan (tolak H_0) jika nilai $G > X^2$ (db, α) atau jika $P\text{-value} < \alpha$.

b. Uji Hipotesis Parsial

Pengujian parsial digunakan untuk menguji pengaruh setiap β_i secara individual dalam model yang diperoleh. Hasil pengujian secara parsial atau individual akan menunjukkan apakah suatu variabel prediktor layak untuk masuk dalam model atau tidak. Hipotesis yang digunakan untuk setiap variabel adalah sebagai berikut (Persamaan 9 dan 10).

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_1: \beta_i \neq 0$$

Statistik uji Wald (W):

$$W = \frac{\beta_j}{SE(\beta_i)} \dots\dots\dots 9$$

Dan _____

$$SE(\beta_i) = \sqrt{\sigma^2(\beta_i)} \dots\dots\dots 10$$

Dimana:

$SE(\beta_i)$ = dugaan galat baku untuk koefisien β_i

β_i = nilai dugaan untuk parameter

Rasio yang dihasilkan dari statistik uji di bawah hipotesis H_0 akan mengikuti sebaran normal baku, sehingga untuk memperoleh keputusan dilakukan perbandingan dengan distribusi normal baku (Z). Kriteria penolakan tolak H_0 jika nilai $W > Z_{\alpha/2}$ atau $p\text{-value} < \alpha$.

c. Interpretasi Koefisien Parameter dari Variabel Dikotomi

Odds ratio merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk menginterpretasi koefisien variabel prediktor. Secara umum, rasio peluang (odds ratio) merupakan sekumpulan peluang yang dibagi oleh peluang lainnya (Salam et al., 2023). Nilai odds ratio didefinisikan seperti pada Persamaan 11.

$$\psi = \frac{\pi(1)/[1-\pi(1)]}{\pi(0)/[1-\pi(0)]} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1}}{e^{\beta_0}} = e^{\beta_1} \dots\dots\dots 11$$

Jika nilai $\psi = 1$, maka antara kedua variabel tersebut tidak terdapat hubungan. Bila nilai $\psi < 1$, maka antara kedua variabel terdapat hubungan negatif terhadap perubahan kategori dari nilai x dan demikian sebaliknya bila $\psi > 1$.

2.4. Definisi Operasional

1. Beras Ketan merupakan komoditas yang dikonsumsi sebagai alternatif pangan oleh masyarakat Kota Makassar
2. Perilaku konsumen merupakan suatu perilaku individu atau kelompok konsumen Kota Makassar dalam membeli produk beras ketan yang dapat dilihat dari keputusan pembelian sehingga konsumen dapat memperoleh produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan.

3. Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh masyarakat Kota Makassar untuk memutuskan produk beras ketan yang ingin dibeli.
4. Karakteristik produk merupakan karakteristik dari produk beras yang ditinjau oleh konsumen dalam membeli beras.
5. Karakteristik konsumen merupakan variabel yang berasal dari konsumen dalam menentukan produk beras yang dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen.
6. Kualitas produk merupakan nilai yang terdapat pada produk beras yang menjadi faktor konsumen Kota Makassar dalam membeli beras yang dibutuhkan.
7. Promosi merupakan upaya komunikasi yang dilakukan produsen atau penjual beras untuk menarik minat konsumen melalui penyampaian informasi tentang kualitas, harga, manfaat, atau penawaran tertentu agar konsumen terdorong untuk memilih dan membeli produk tersebut.
8. Budaya merupakan kebiasaan yang berkembang dan dimiliki Masyarakat atau suku tertentu yang diwariskan turun temurun.
9. Kebiasaan pembelian merupakan pola atau perilaku konsumen yang berulang dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa tertentu berdasarkan preferensi, pengalaman, atau kebutuhan mereka.
10. Layanan yang diberikan merupakan bentuk pelayanan atau fasilitas yang disediakan oleh penjual atau produsen kepada konsumen, baik sebelum, selama, maupun setelah pembelian, dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas.
11. Manfaat atau Kandungan gizi merupakan nutrisi seperti karbohidrat, protein, vitamin, mineral, dan serat yang mendukung kebutuhan energi dan kesehatan secara keseluruhan.
12. Distribusi merupakan sejauh mana barang atau produk (seperti beras) tersedia dan dapat diakses oleh konsumen melalui saluran-saluran tertentu.