

**FAKTOR FAKTOR MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS
PORANG (*Amorphophallus muelleri*) DI KOTA MEDAN
(STUDI KASUS: BRASTAGI SUPERMARKET, GATOT SUBROTO)**

Gelael Pranata Saragih¹, Rika Fitri Ilvira¹

¹Universitas Medan Area, Sumatera Utara, Indonesia,

Email: saragihgelael@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian beras porang dan menganalisis faktor faktor mempengaruhi keputusan pembelian beras porang di Brastagi Supermarket Gatot Subroto. Penelitian ini dilakukan di Brastagi Supermarket pada bulan Oktober-November 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian beras porang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode Accidental sampling Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 40 responden Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kusioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan, mayoritas berusia 50-59 tahun, pekerjaan Pegawai Negeri/BUMN dengan tingkat pendapatan Rp.3.000.000-Rp.3.900.000. Frekuensi pembelian beras porang 2 kali dalam sebulan. Beras porang yang sering dibeli adalah Brand Fukumi. Faktor faktor mempengaruhi keputusan pembelian beras porang adalah kualitas produk dan lokasi.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, beras porang, kualitas produk, harga.

Abstract

This research aimed to describe the characteristics of consumers who purchased porang rice and analyze the factors influencing the purchasing decisions of porang rice at Brastagi Supermarket Gatot Subroto. The research was conducted at Brastagi Supermarket in October–November 2024. The population consisted of consumers who purchased porang rice. The sampling method used was accidental sampling, with a total of 40 respondents. Data were collected through questionnaires. The analysis method used was multiple linear regression with SPSS 26 software. The results showed that the respondents were mostly female, aged 50–59 years, working as civil servants or employees of state-owned enterprises, with incomes ranging from Rp.3,000,000 to Rp.3,900,000. The purchase frequency of porang rice was twice a month. The most frequently purchased brand was Fukumi. The factors influencing purchasing decisions were product quality and location.

Keywords: Purchase decision, porang rice, product quality, price.

PENDAHULUAN

Tanaman porang juga dapat digunakan dalam bidang kesehatan sebagai obat dan makanan Sutrisih dan Ariani (2017). Masyarakat pada umumnya mengenal porang sebagai tanaman yang memiliki banyak manfaat akan tetapi tidak mengetahui secara jelas kandungan yang menjadikan tanaman porang tersebut bermanfaat. Adapun empat olahan porang yang sudah diproses secara komersil termasuk: 1. Tepung porang yang di buat menjadi tepung tapioka. Saat mengolahnya, berhati-hatilah agar unsur oksalat yang dapat menyebabkan iritasi 2. Mie Porang adalah produk mie yang populer di Jepang yang berasal dari pengolahan porang. Mie porang biasanya digunakan sebagai pengganti nasi karena memiliki kadar kolesterol yang rendah dan tinggi serat. Tekstur dan kekenyalan mie porang lebih baik daripada mie yang terbuat dari tepung gandum. 3. beras porang yang dibuat dari olahan porang yang diubah menjadi beras pada umumnya. Karena kandungan glutennya yang lebih rendah nasi porang ideal untuk dimakan oleh penderita obesitas maupun memicu diabetes. 4. Bakso Porang: Seperti bakso biasa, bakso porang dapat dibuat dengan tepung porang dan daging. Brahmabodo, (2021). Tingginya konsumsi nasi di Indonesia disebabkan oleh budaya makan dimana masyarakat merasa belum makan jika belum makan nasi, padahal kebutuhan karbohidratnya tercukupi dari makanan lain (Yusuf et al., 2018). Pangan fungsional adalah makanan yang memiliki manfaat fisiologis bagi tubuh. Produk makanan fungsional dapat meningkatkan metabolisme tubuh, menstabilkan penampilan fisik, dan dapat mengurangi risiko kanker, obesitas, dan penyakit jantung (Divayana, et, al 2022). Beras porang, yang berasal dari bahan pangan lokal yang dapat dikembangkan di Indonesia, adalah salah satu produk pangan yang memiliki manfaat kesehatan bagi tubuh dan berasal dari sumber pangan lokal. Penelitian di Jepang tentang kandungan gizi beras porang menunjukkan bahwa beras porang memiliki kalori yang sangat rendah dan kandungan air yang tinggi, yang membuatnya ideal untuk penderita obesitas dan orang yang melakukan program diet karena dapat menekan rasa lapar karena menghasilkan perasaan kenyang di perut dengan membentuk larutan kental (serat polisakarida) Nurdini dan Suhardini, 2021 Kandungan beras porang lebih lama dicerna dan bisa mengurangi peningkatan kadar gula darah (glukosa) yang terjadi setelah makan. Dengan mengonsumsi, beras porang juga dapat mengurangi hasrat konsumsi makanan yang memicu naiknya glukosa. Beras porang juga dapat membantu menurunkan kadar kolesterol (Shah et al, 2015). Berdasarkan riset di *American Journal of Clinical Nutrition*, konsumsi 3gram serat porang dapat menurunkan kadar kolesterol jahat *Low-Density Lipoprotein* (LDL) hingga 10 persen (Ho et al., 2017). Banyaknya manfaat beras porang menyebabkan tingginya harga beras tersebut dibanding dengan harga beras biasa, hal ini karena pabrik pengolahan dan eksportir glukomanan masih terbatas. Harga beras porang memang jauh lebih mahal. Kemasan 1 kg beras dijual dengan rentang harga Rp200.000-Rp 220.000, untuk harga kemasan 250 gram berada pada harga Rp60.000-70.000 dan Harga beras porang yang relatif mahal menyebabkan konsumen yang mengonsumsi beras porang pun berasal dari kalangan menengah dan keatas. Bagian ini berisi latar belakang penelitian, perumusan/identifikasi masalah berdasarkan tinjauan ilmiah, tujuan penelitian/penulisan manuskrip. Teori dan rujukan penelitian sebelumnya yang menjadi dasar penelitian ini ditulis dalam bentuk paragraf.

Beras porang bisa dikatakan terbatas karena hanya tersedia di swalayan dan supermarket besar. Karena itu, beras porang memiliki pasar yang unik. Permintaan beras porang tidak terlepas dari peran konsumen dalam menilai dan mengidentifikasi produk

tersebut saat mereka membuat keputusan untuk membelinya. Salah satu produk pangan yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh dan berasal dari lokal bahan pangan mempunyai potensi untuk dikembangkan di Indonesia khususnya beras porang. Karena keunggulan beras porang, harga beras ini tergolong tinggi dibandingkan harga beras biasa karena terbatasnya pabrik pengolahan dan ekspor glukomanan. Mahalnya harga beras porang dibandingkan beras putih biasa membuat konsumen yang mengonsumsi beras porang juga berasal dari kalangan menengah ke atas.

Tujuan dari penelitian yaitu: 1. Menganalisis karakteristik konsumen dalam pembelian beras porang. 2. Menganalisis faktor faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras porang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alami (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan memberikan kuisioner. Metode ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pemilihan lokasi penelitian di Brastagi Supermarket, Gatot Subroto dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa masyarakat Medan Petisah sudah mulai mengenal, membeli, dan mengonsumsi beras porang. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen beras porang yang pernah berbelanja di Brastagi Supermarket Gatot Subroto.

Pembelian beras porang yaitu, supermarket. Pasar yang dipilih dalam penelitian ini adalah pasar modern dengan pertimbangan bahwa pasar modern adalah pasar yang menjual beras porang. Supermarket yang dipilih dalam penelitian ini adalah Berastagi Supermarket Gatot Subroto dengan pertimbangan bahwa Berastagi Supermarket Gatot Subroto adalah supermarket yang menjual beras porang.

Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* (teknik sampel kebetulan). *Accidental sampling* (teknik sampel kebetulan) merupakan sampel yang di ambil tanpa di rencanakan terlebih dahulu atau sample ditentukan secara kebetulan. Artinya, siapa saja konsumen yang membeli beras porang yang bertepatan dengan peneliti dan memenuhi kriteria akan di jadikan sampel penelitian. Adapun jumlah sampel yang diambil adalah 40 responden dengan kriteria sebagai berikut: 1. Konsumen yang membeli beras porang di Brastagi Supermarket; 2. Konsumen yang bertujuan membeli beras porang untuk dikonsumsi secara langsung; 3. Konsumen yang telah melakukan pembelian beras porang lebih dari 1 kali pembelian di *Brastagi Supermarket Gatot Subroto*.

Data yang di kumpulkan merupakan data primer yang di ukur dengan skala likert dan sekunder. Lalu melakukan uji validitas, guna untuk dapat mengetahui valid tidaknya pernyataan kuesioner terhadap variabel yang di teliti. Lalu uji Reliabilitas dilaksanakan terhadap pernyataan yang telah valid. Analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan alat statistik SPSS Versi 26. Analisis linear berganda bertujuan untuk menunjukkan ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \epsilon \quad (1)$$

Dimana :
 Y = Keputusan Pembelian
 a = Parameter intercept
 $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ = Parameter koefisien regresi
 X_1 = Faktor Harga
 X_2 = Faktor Kualitas Produk
 X_3 = Faktor Manfaat Kesehatan
 X_4 = Faktor Lokasi
 ϵ = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
 Uji Validitas

Variabel dan Indikator	Item	r- Hitung	r- Tabel	Signifikan	A	Keterangan
Harga (X1)	X1.1.1	0,7921	0,3120	0,04	0,05	Valid
	X1.1.2	0,6863	0,3120	0,18	0,05	Valid
	X1.1.3	0,4766	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X1.1.4	0,7921	0,3120	0,04	0,05	Valid
	X1.1.5	0,4833	0,3120	0,00	0,05	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.2.1	0,5885	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.2	0,5802	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.3	0,5213	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.4	0,6790	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X2.2.5	0,8026	0,3120	0,01	0,05	Valid
Manfaat Kesehatan (X3)	X3.3.1	0,6090	0,3120	0,24	0,05	Valid
	X3.3.2	0,9274	0,3120	0,03	0,05	Valid
	X3.3.3	0,5540	0,3120	0,10	0,05	Valid
	X3.3.4	0,3638	0,3120	0,02	0,05	Valid
	X3.3.5	0,9274	0,3120	0,03	0,05	Valid
Lokasi (X4)	X4.4.1	0,5769	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X4.4.2	0,7131	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X4.4.3	0,7783	0,3120	0,00	0,05	Valid
	X4.4.4	0,6543	0,3120	0,00	0,05	Valid
Keputusan Pembelian(Y)	Y1.1.1	0,6671	0,3120	0,00	0,05	Valid
	Y1.1.2	0,8244	0,3120	0,00	0,05	Valid
	Y1.1.3	0,5507	0,3120	0,03	0,05	Valid
	Y1.1.4	0,7917	0,3120	0,00	0,05	Valid

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Berdasarkan tabel, hasil uji validitas yang peneliti lakukan menunjukkan semua item pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel atau sig < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan valid.

Tabel 2
 Uji Reliabilitas

Indikator	Cronbach Alpha	Standart	Keterangan
Harga (X1)	0,604	0,60	Realibel
Kualitas Produk (X2)	0,606	0,60	Realibel
Manfaat Kesehatan (X3)	0,702	0,60	Realibel
Lokasi (X4)	0,618	0,60	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,672	0,60	Realibel

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Tujuan dari Uji Reliabilitas ini adalah untuk memastikan bahwa instrument tersebut menghasilkan hasil yang dapat dipercaya dan konsisten dari waktu ke waktu. Menurut Noor (2017), Uji reabilitas dapat dilihat pada nilai dari Cronbach alpha, dengan nilai minimal 0,6 atau 60%.

Tabel 3
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
31-39	12	30%
41-49	12	30%
50-59	16	40%
Total	40	100%

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Berdasarkan hasil penelitian, sebaran umur dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu dari usia , 31-39 tahun, 41-49 tahun, dan diatas 50 tahun. Hasil yang didapatkan bahwa dominasi umur konsumen sebanyak >50 tahun sebanyak 16 orang dengan jumlah persentase 40%, dan konsumen diatas 31-39 tahun sebanyak 12 orang dengan jumlah persentase 30% dan 41-39 tahun sebanyak 12 orang dengan jumlah persentase 30%. Hasil yang diperoleh bahwa konsumen di dominasi umur >50 tahun.

Tabel 4
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	36	90%
Laki Laki	4	10%
Total	40	100%

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 36 responden atau setara dengan 90%. Hal ini merupakan suatu yang umum karena kebanyakan konsumen yang membeli beras porang adalah ibu ibu. Sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 4 orang atau 10%. Perempuan memiliki pengetahuan lebih tinggi tentang makanan serta menunjukkan perhatian terhadap kesehatan dan keamanan pangan, perempuan lebih teliti dalam memilih makanan yang sehat (Gibney, 2008).

Tabel 5
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri/BUMN	22	55%
Pegawai Swasta	4	10%
Wiraswasta/Pengusaha	6	15%
Lainnya	8	20%
Total	40	100%

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Karakteristik konsumen dibagi menjadi empat kategori berdasarkan jenis pekerjaan: pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta atau pengusaha, dan lainnya. Hasilnya

menunjukkan bahwa 22 orang dengan Persentase 55% orang bekerja sebagai perusahaan swasta atau pegawai negeri, sedangkan 10% konsumen adalah pegawai swasta. Wiraswasta/pengusaha dengan berjumlah 6 orang dengan persentase 15% dan lainnya 8 orang dengan persentase 20%.

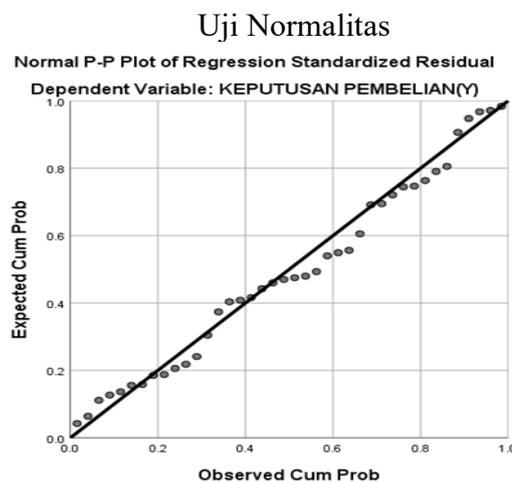
Tabel 6
 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
3.000.000-3.900.000 Juta	22	55%
1.000.000-1.900.000 Juta	4	10%
2.000.000-2.900.000 Juta	8	20%
>4.000.000 Juta	6	15%
Total	40	100%

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Pendapatan Karakteristik berdasarkan pendapatan konsumen dibagi menjadi 4 yaitu Rp.3.000.000 –Rp.3.900.000 sebanyak 22 orang dengan jumlah persentase 55% umumnya bekerja sebagai pegawai negeri pada umumnya yang mendapatkan gaji tetap tiap bulannya dan sangat baik untuk berbelanja memenuhi kebutuhan. Pendapatan dengan kisaran Rp.1.000.000–Rp.1.900.000 sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase 10 % , pendapatan dengan kisaran Rp.2.000.000–Rp.2.900.000 sebanyak 8 orang dengan jumlah persentase 20% dan diatas Rp.>4.000.000 sebanyak 6 orang dengan persentase 15%.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 1
 Normal P-PLOT Hasil Uji Normalitas

Sumber: Olah Data SPSS, (2024)

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual dalam regresi memiliki distribusi normal. Cara uji normalitas dengan melihat grafik normal P Plot yang titik-titik nya menyebar di sekitaran garis diagonal.

Tabel 7
 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant	5.632	4.620		1.219	.231		
Harga(X1)	-.216	.122	-.157	-1.767	.086	.957	1.045
Kualitas Produk (X2)	.931	.102	.805	9.128	.000	.965	1.036
Manfaat Kesehatan (X3)	.002	.078	.002	.026	.980	.901	1.109
Lokasi (X4)	-.312	.134	-.210	-2.320	.026	.915	1.093

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Dilihat dari tabel diatas bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Manfaat Kesehatan (X3), Lokasi (X4), memiliki nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10. Jadi dalam penelitian ini tidak terjadi hubungan multikolinieritas antara variabel independen.

Tabel 8
 Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant	5.632	4.620		1.219	.231		
Harga(X1)	-.216	.122	-.157	-1.767	.086	.957	1.045
Kualitas Produk (X2)	.931	.102	.805	9.128	.000	.965	1.036
Manfaat Kesehatan (X3)	.002	.078	.002	.026	.980	.901	1.109
Lokasi (X4)	-.312	.134	-.210	-2.320	.026	.915	1.093

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Adapun penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) 5.632 dengan nilai positif dimana dapat diartikan sebagai pengaruh yang searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini menunjukkan apabila harga (X1), Kualitas Produk (X2), Manfaat Kesehatan (X3), Lokasi (X4) bernilai 0, maka variabel keputusan konsumen (Y) bernilai 5.632.
2. Nilai koefisien regresi Harga (X1) -0,216, nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel harga (X₁) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Yang artinya adalah jika variabel harga beras porang mengalami kenaikan 1%, maka sebaliknya variabel keputusan pembelian beras porang akan mengalami penurunan sebesar 0,216 atau 21%. Begitu juga sebaliknya, jika variabel lain konstan dan variabel X₂ mengalami penurunan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan sebesar 15%.
3. Koefisien regresi Kualitas Produk (X2) 0.931, Jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami kenaikan 1% maka variabel keputusan pembelian beras porang mengalami peningkatan sebesar 0,931 atau 93%. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan 93%.
4. Manfaat Kesehatan (X3) 0.002, artinya Jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami kenaikan 1% maka variabel keputusan pembelian beras porang mengalami peningkatan 0.002. Begitu juga sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami penurunan 1% maka variabel Y akan mengalami penurunan 0.002.
5. Koefisien regresi Lokasi (X4) -0.312, nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antar variabel lokasi (X4) dengan variabel keputusan pembelian

(Y). Yang artinya adalah jika variabel harga beras porang mengalami kenaikan sebesar 1%, maka sebaliknya variabel keputusan pembelian beras porang akan mengalami penurunan sebesar 0.312 atau 31%. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya di anggap tetap.

Uji Hipotesis

Tabel 9
Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Regression	153.990	4	38.498	24.505	.000 ^b
Residual	54.985	35	1.571		
Total	208.975	39			

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Dari hasil Uji F pada tabel diatas, diketahui nilai Fhitung sebesar 24,505 > Ftabel 2,64 atau nilai Sig.F (0,000) < α 0,05 artinya nilai regresi adalah signifikan, hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai signifikan 0,000 < dari 0,05 maka variabel Harga (X1), kualitas Produk (X2), Kualitas Produk (X3), Lokasi (X4) dan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket.

Tabel 10
Hasil Uji Parsial (Uji-T)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant	5.632	4.620		1.219	.231		
Harga(X1)	-.216	.122	-.157	-1.767	.086	.957	1.045
Kualitas Produk (X2)	.931	.102	.805	9.128	.000	.965	1.036
Manfaat Kesehatan (X3)	.002	.078	.002	.026	.980	.901	1.109
Lokasi (X4)	-.312	.134	-.210	-2.320	.026	.915	1.093

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

1. Variabel Harga (X1) memiliki Thitung -1,767, artinya bahwa Thitung >Ttabel yaitu -1,767 >1,690. Dilihat dari nilai signifikan variabel X1 sebesar 0,86 artinya bahwa 0,086 > 0,05. Yang artinya harga berpengaruh negatif dan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) memiliki Thitung 9,128, artinya Thitung > Ttabel yaitu 9,128 > 1,690. Dilihat dari nilai signifikan variabel X2 sebesar 0,000 artinya bahwa 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.
3. Variabel Manfaat Kesehatan(X3) memiliki Thitung 0,026, artinya bahwa Thitung > Ttabel yaitu 0,026 <1,690. Dilihat dari nilai signifikan variabel X3 sebesar 0,980 artinya bahwa 0,980 > 0,05 menunjukkan bahwa variabel manfaat kesehatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.
4. Variabel Lokasi (X4) memiliki Thitung -2,320, artinya Thitung < Ttabel yaitu -2,320 < 1,690. Dilihat dari nilai signifikan variabel X4 sebesar 0,026 artinya bahwa 0,026 < 0,05 menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh negatif negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras porang.

Tabel 11
 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.858	0.737	0.707	1.253

Sumber: Data Output SPSS diolah, (2024)

Pada tabel diatas, dapat di ketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R^2 sebesar 0,743, yang artinya keputusan pembelian beras porang mampu di jelaskan oleh variabel harga, kualitas produk, manfaat kesehatan, lokasi sebesar 70%, sedangkan sisanya 30 % dijelaskan oleh faktor faktor lain selain variabel yang sudah di teliti.

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Beras Porang

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk membayar dan mendapatkan Beras porang yang akan dibeli pada pasar modern Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil penelitian dari nilai Thitung variabel Harga (X1) - 1,767 dimana lebih kecil dari T tabel dengan nilai 1,690 dengan nilai signifikan $0,086 > 0,05$. Artinya ialah ketika harga beras porang turun sebesar satu satuan maka akan terjadi kenaikan pembelian terhadap beras porang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyatakan bahwa harga adalah penukaran harga dengan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang kemudian seseorang dapat merasakan manfaatnya. Dalam memilih harga produk, konsumen akan selektif dengan berbagai macam pertimbangan untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan daya beli dan manfaat yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan item pernyataan pada kusioner yang dimana konsumen akan membeli beras porang ketika harga beras porang tersebut terjangkau atau sesuai dengan uang yang dimiliki dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Shania, dkk (2021) yang dimana terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Penelitian yang berbeda yang dilakukan oleh Habibah & Darmanto (2019) menunjukkan hal yang sama yaitu harga secara parsial dan secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Beras Porang di Brastagi Supermarket

Kualitas menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil penelitian dari nilai Thitung variabel Kualitas (X2) 9,128 dan nilai Ttabel 1,767 artinya X2 dengan nilai 9,128 $> 1,767$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas beras porang yang dijual maka semakin meningkat daya beli konsumen. Variabel kualitas beras porang yang dimaksud dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam item pertanyaan dalam kusioner yaitu beras porang, salah satu kualitas produk beras porang dalam penyajian yang tidak butuh lama hanya 10-15 menit. Hal tersebut merupakan kualitas produk yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian beras porang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan strategi potensial untuk dan meningkatkan keputusan pembelian mengalahkan pesaing. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiarna, et.al (2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian beras porang

3. Pengaruh Manfaat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Porang

Manfaat Kesehatan menjadi variabel bebas dalam Keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil peneltiain dari nilai T_{hitung} variabel Pelayanan (X3) 0,026 dan nilai T_{tabel} 1,767 artinya $X43$ dengan nilai $0,026 < 1,767$ dengan nilai signifikan $0,980 > 0,05$. Hal ini disebabkan oleh manfaat kesehatan yang berkualitas tinggi sehingga menghasilkan kepuasan bagi konsumen yang akan berdampak pada pembelian yang lebih sering. Definisi manfaat kesehatan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjipto, 2006). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohman dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara manfaat kesehatan terhadap pelanggan. Indikator dalam variabel manfaat kesehatan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Porang

Lokasi menjadi variabel bebas dalam keputusan konsumen beras porang di Brastagi Supermarket. Berdasarkan hasil penelitian dari nilai T_{hitung} variabel Lokasi (X4) -2,320 dan nilai T_{tabel} 1,767 artinya $X5$ dengan nilai $-2,320 < 1,689$ dengan nilai signifikan $0,026 < 0,05$. Hal ini disebabkan oleh lokasi Brastagi supermarket kurang yang strategis yang menyebabkan macet di pintu parkir, perlunya perluasan lahan sehingga membuat keputusan konsumen dalam keputusan pembelian untuk berbelanja beras porang di Brastagi Supermarket. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh heni safitri (2017) dimana penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan yang diberikan variabel lokasi terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras porang, maka dapat disimpulkan bahwa:

Karakteristik konsumen yang membeli beras porang adalah perempuan (90%),rentang usia 50-59 tahun (40%) ,dengan tingkat pendapatan Rp.3.000.000- 3.900.000 (55%) dan jenis pekerjaan adalah Pegawai negeri/BUMN (55%). Frekuensi pembelian beras porang 2 kali dalam sebulan di brastagi supermarket dan jenis beras porang yang sering di beli adalah Beras fukumi.

Faktor-faktor keputusan pembelian beras porang secara variabel kualitas produk, variabel lokasi dan tidak signifikan adalah variabel harga dan variabel manfaat kesehatan tidak berpengaruh signifikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur sudah dapat menyelesaikan jurnal ini dan kiranya jurnal ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca khusus nya mengenai beras porang, Terimah kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Choirul. 2020. *Obesitas Ada Di Urutan Kelima Penyebab Kematian, Berikut Langkah Praktis Mengatasinya*.
<https://www.tribunnews.com/Kesehatan/2020/07/01/Obesitas-Ada-DiUrutan-Ke-lima-Penyebab-Kematian-Berikut-Langkah-PraktisMengatasinya>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023
- Azis, W. A., Muriman, L. Y., & Burhan, S. R. 2020. *Hubungan Tingkat Pengetahuan Dengan Gaya Hidup Penderita Diabetes Mellitus*. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 2(1), 105–114.
<https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/view/52>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023.
- Sugiyono, D. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
https://digilib.unigres.ac.id/index.php/index.php?p=show_detail&id=966&keywords=. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022.
- Suhendra., Dhani, A. 2017. *Beras, Beras Merah Yang Sarat Serat Versus Putih*. Tirto.
<https://tirto.id/Beras-Merah-Yang-Sarat-Serat-Versus-Beras-PutihChim>. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022.
- Yasin, I., Suwardji, S., Kusnarta, K., Bustan, B., & Fahrudin, F. (2021). Menggali potensi porang sebagai tanaman budidaya di lahan hutan kemasyarakatan di pulau lombok. *Prosiding Saintek*, 3, 453-463.
- Yusuf, Y., Amrullah, A., & Tenriawaru, A. N. 2018. *Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar (Cunsomer Behavior On Purchasing Rice In Makassar City)*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 105–120.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13962>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2022
- Sutriningsih, A., & Ariani, N. L. (2017). Efektivitas umbi porang (*Amorphophallus oncophyllus*) terhadap penurunan kadar glukosa darah penderita diabetes mellitus. *Care: Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan*, 5(1), 48-58.
- Dewanto, J. dan B. H. Purnomo. 2009. *Pembuatan Konyaku dari Umbi Iles-iles (Amorphophallus oncophyllus)*. [Tugas Akhir]. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Fauziyah, E. (2004). Strategi Pengembangan Porang (*Amorphophallus muelleri* Blume) sebagai Komoditi Penyusun Hutan Kemasyarakatan. *Buletin Al-Basia* 1(2): 59-64
- Yasin, I. 2021. *Sosialisasi Budidaya Tanaman Porang Di Lahan Kosong Pada Masyarakat Dan Petani Di Kecamatan Praya Barat Lombok Tengah*. *Jurnal Siar Ilmuwan Tani*, 2(1), 70–77.
<http://siarilmuwantani.unram.ac.id/index.php/jsit/article/view/30>. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2022.
- Suryani. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.