

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SUSU KEDELAI

(Studi Kasus Pada Produk Susu Kedelai Risa Malang)

SKRIPSI

Oleh :

ANIS MUFADHILAH

219.010.32.086



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2025

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SUSU KEDELAI
(Studi Kasus Pada Produk Susu Kedelai Risa Malang)**

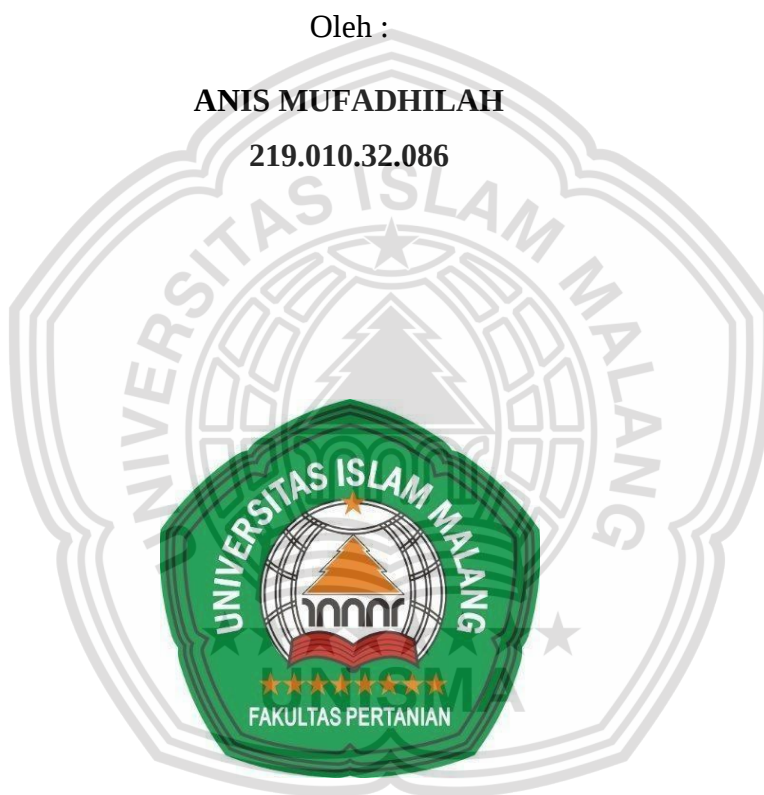
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

ANIS MUFADHILAH

219.010.32.086



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK SUSU KEDELAI (Studi Kasus Pada
Produk Susu Kedelai Risa Malang)

Nama : ANIS MUFADHILAH

NPM : 21901032086

Program Studi : AGRIBISNIS

Fakultas : PERTANIAN

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

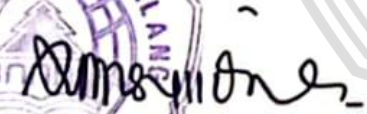
Dosen Pembimbing II



Dr. Dwi Susilowati, SP.,MP.
NPP. 19900200010



Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP.
NPP. 1940200045



Dr. Ir. Anis Rosyidah, MP.
NPP. 1910200013



Arief Joko Saputro, SP., MP.
NPP. 212511199532150

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SUSU KEDELAI (Studi Kasus Pada Produk Susu Kedelai Risa Malang)

Nama : ANIS MUFADHILAH

Npm : 21901032086

Program Studi : AGRIBISNIS

Fakultas : PERTANIAN

Mengesahkan

Majelis Penguji

Ketua



Bambang Siswadi, MP.

NPP. 1870200016

Anggota



Dr. Dwi Susilowati, SP.,MP.

NPP. 19900200010

Anggota



Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP.

NPP. 1940200045

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anis Mufadhilah

NPM : 21901032086

Program Studi : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Judul Penelitian : ANALISIS PEMBELIAN PRODUK SUSU KEDELAI (Studi Kasus Industri Susu Kedelai Risa Malang)

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012, pasal 28 ayat 5 yang berbunyi “Gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar profesi yang dinyatakan tidak sah dan dicabut oleh Perguruan Tinggi apabila karya ilmiah yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar profesi terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat”, dan pasal 42 ayat 3 yang berbunyi “Lulusan Pendidikan Tinggi yang menggunakan karya ilmiah untuk memperoleh ijazah dan gelar yang terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat ijazahnya dinyatakan tidak sah dan gelarnya dicabut oleh Perguruan Tinggi”.

★★★★★★★★★ Malang, 4 Juli 2025

UNISMA Anis Mufadhilah



NPM. 21901032086

MOTTO dan PERSEMBAHAN

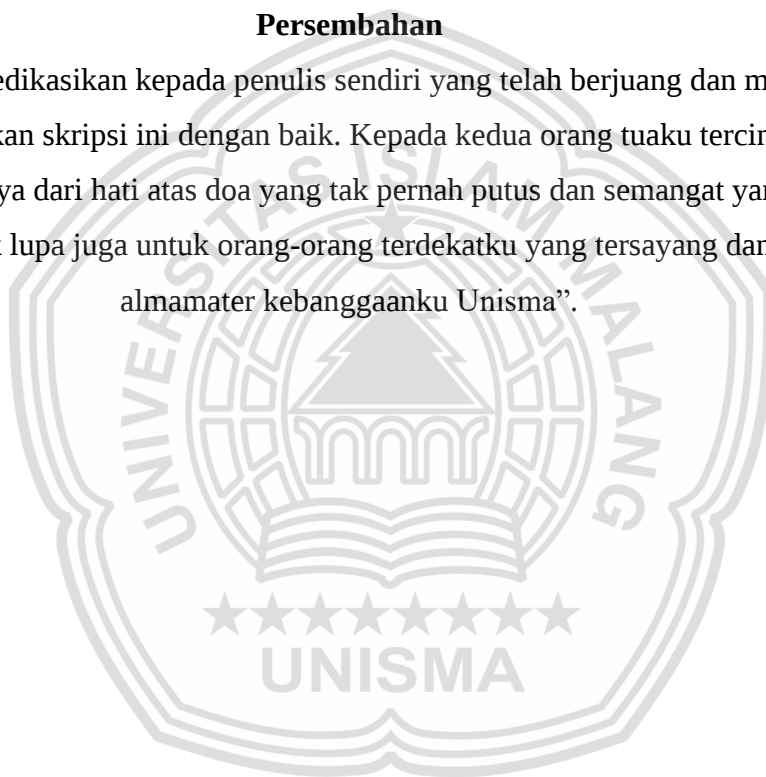
Motto

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar"
(Q.S. Al-Baqarah: 153)

Persembahan

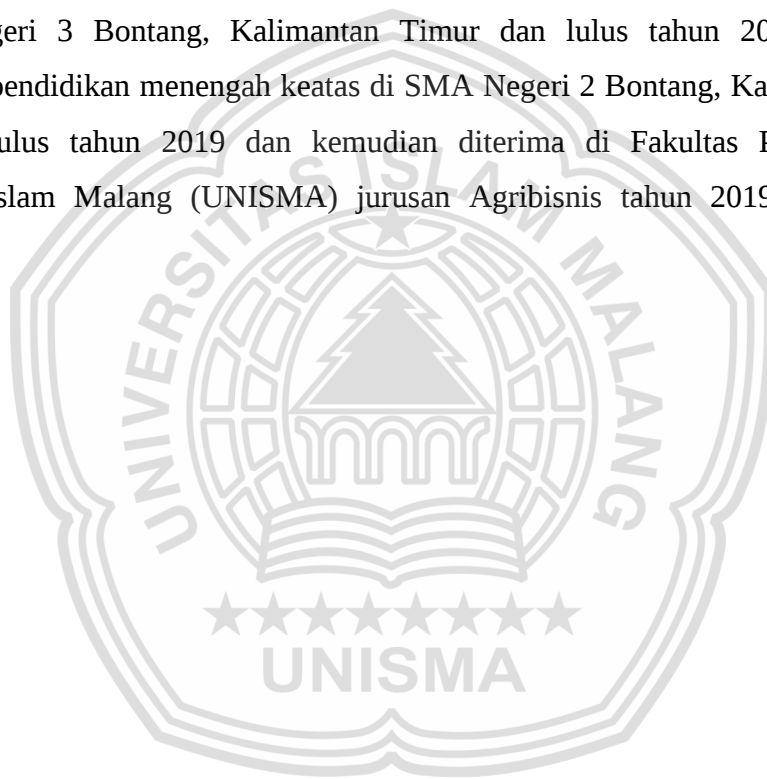
“Penulis dedikasikan kepada penulis sendiri yang telah berjuang dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kepada kedua orang tuaku tercinta atas ketulusannya dari hati atas doa yang tak pernah putus dan semangat yang tak ternilai. Tak lupa juga untuk orang-orang terdekatku yang tersayang dan untuk almamater kebanggaanku Unisma”.



RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Malang, Jawa Timur pada tanggal 06 Mei 2000 sebagai putri ketiga dari pasangan Bapak Nur Cholis dan Ibu Nur Hayati. Penulis memiliki lima bersaudara dua kakak perempuan dan dua adik perempuan. Penulis menyelesaikan pendidikan dasarnya di SD Muhammadiyah 1 Bontang, Kalimantan Timur dan lulus pada tahun 2014, kemudian meneruskan pendidikan menengah pertamanya di SMP Negeri 3 Bontang, Kalimantan Timur dan lulus tahun 2016, lalu melanjutkan pendidikan menengah keatas di SMA Negeri 2 Bontang, Kalimantan Timur dan lulus tahun 2019 dan kemudian diterima di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang (UNISMA) jurusan Agribisnis tahun 2019 hingga selesai.



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dwi Susilowati, S.P., MP. selaku pembimbing I, Ibu Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP. Selaku pembimbing II atas ketulusan hati, kesabaran dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Arief Joko Saputro, SP., MP. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
3. Ibu Dr. Ir. Anis Rosyidah, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
4. Kepada Prof. Drs. H. Junaidi M.Pd., Ph. D., selaku Rektor Universitas Islam Malang
5. Bapak Nur cholis dan Ibu Nur Hayati selaku orang tua penulis, Kakak tercinta Siti Alimatu yang selalu memberikan dorongan, bimbingan do'a dan menjadi motivator terbesar dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Abah Dr. K.H. Marzuqi Mustamar M.Ag, dan Umik Dra. Sa'idah Mustaghfiroh, sang guru penyejuk jiwa, sang pendidik ruh, berkat do'a, ilmu dan bimbingan dari beliau penulis mampu bertahan menimba ilmu di dunia perkuliahan seiring dengan kegiatan di pondok pesantren.
7. Seluruh teman seperjuangan Universitas Islam Malang khususnya Program Studi Agribisnis angkatan 2019 yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
8. Kepada partner ku, teman-teman dan sahabat-sahabatku yang tak bisa saya sebutkan satu persatu atas dukungan tenaga, waktu, pikiran serta motivasi kalian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Pihak industri susu kedelai Risa serta masyarakat / konsumen sari kedelai Risa yang senantiasa bersedia menjadi responden dalam membantu penulis untuk menyelesaikan penelitiannya.
10. Kepada penulis. Apresiasi sudah berjuang dalam menyelesaikan tanggung jawabnya, atas ridho Allah SWT semua bisa berjalan dengan lancar. Semoga mendapatkan ilmu yang barokah manfaat di dunia dan akhirat.

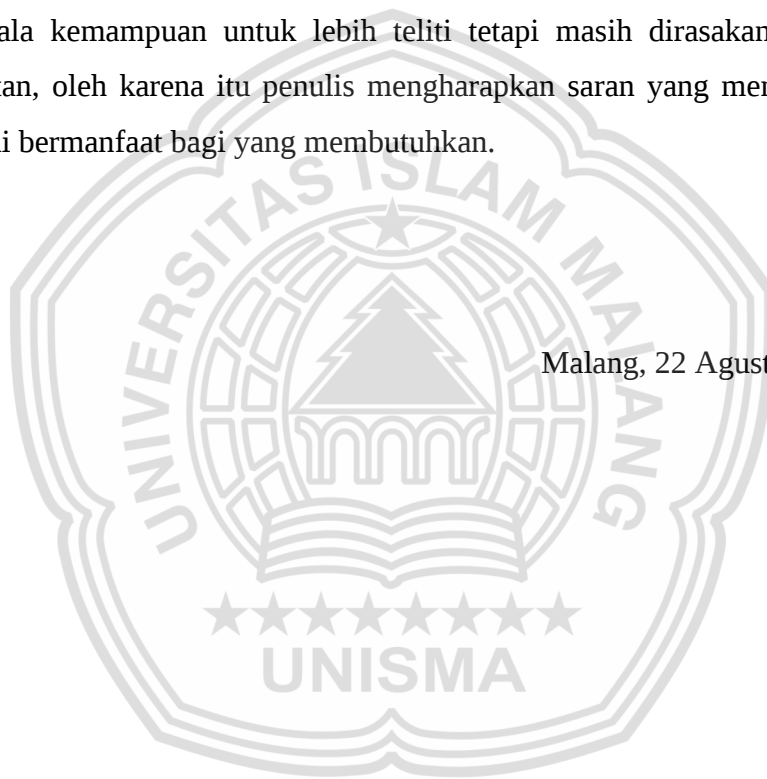
Malang, 22 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1) yang berjudul Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Susu Kedelai (Studi Kasus Pada Produk Susu Kedelai Risa Malang).

Di dalam tulisan ini disajikan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk susu kedelai Risa. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah di kerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti tetapi masih dirasakan banyak kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 22 Agustus 2025



SUMMARY

Anis Mufadhilah (21901032086) Consumer Decision Analysis in Purchasing Soy Milk Products (A Case Study on Risa Soy Milk Products in Malang)

Supervisors: 1. Dr. Dwi Susilowati, SP.,MP.

2. Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP.

Indonesia is widely recognized as an agrarian country, with food crops being one of its key agricultural products. In recent years, the trend of a healthy lifestyle has become increasingly popular, with many consumers shifting toward plant-based products such as soy milk. One notable product is Risa Soy Milk in Malang City, which is well-known for its advantages as a healthy beverage alternative. Despite its popularity, research that specifically examines the factors influencing consumer purchasing decisions for Risa Soy Milk remains limited. Therefore, this study aims to explore the determinants of consumer purchasing decisions, focusing on cultural, social, personal, and psychological aspects. The objectives of this research are: (1) to identify the characteristics of Risa Soy Milk consumers, and (2) to analyze the factors influencing their purchasing decisions.

This research was purposively conducted in Karangbesuki Sub-district, Sukun, Malang, from May to June 2025. With an undefined population, the sample was determined using accidental sampling involving 100 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS) with the assistance of SmartPLS software.

The results of data analysis using SEM-PLS indicate that the outer loading values were greater than 0.6, AVE exceeded 0.5, and composite reliability was above 0.7. These findings demonstrate that the research instruments were reliable in measuring the constructs. The Q-square (Q^2) value was 0.367 (>0), indicating that the model possessed good predictive capability. In other words, the model was effective in predicting purchasing decisions for Risa Soy Milk based on the tested variables. Furthermore, the coefficient of determination (R-square/ R^2) for purchasing decisions was 0.768, suggesting that cultural, social, personal, and psychological factors collectively explained 76.8% of the variability in purchasing decisions, while the remaining 23.2% was influenced by other factors outside this study.

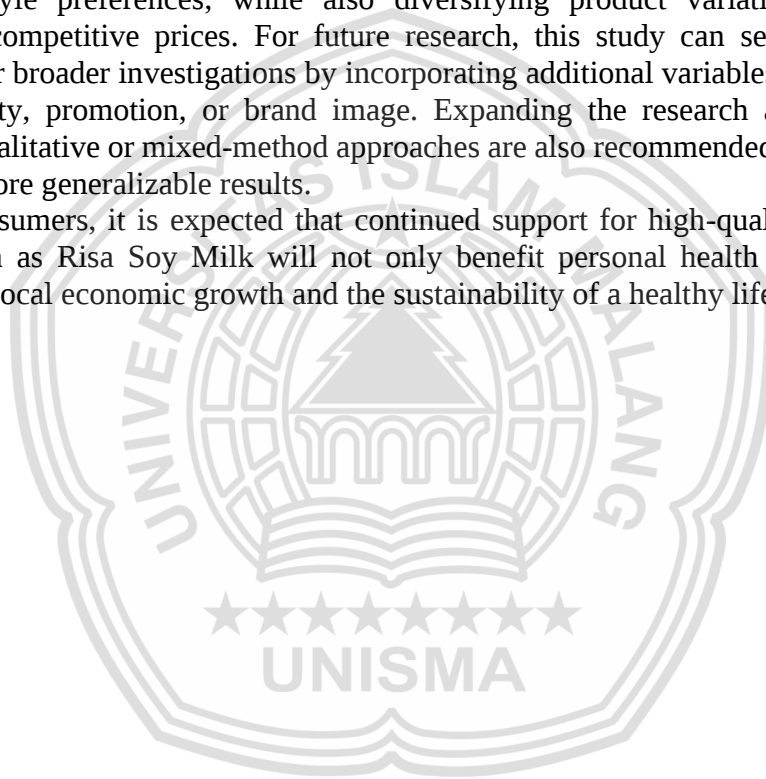
Path coefficient testing showed that cultural factors had an original sample value of 0.105, with a t-statistic of $1.716 > 1.65$ and a p-value of $0.087 < 0.1$, indicating that culture significantly influenced purchasing decisions for Risa Soy Milk. This suggests that local cultural values, such as the community's habitual consumption of soybean-based products, contributed to forming a positive attitude toward the product. In contrast, social factors showed an original sample value of 0.003, a t-statistic of $0.035 < 1.65$, and a p-value of $0.972 > 0.1$, indicating that social influences did not significantly affect purchasing decisions. In other words, recommendations from friends, family, or social groups did not strongly determine consumer choices in this case.

Personal factors demonstrated a significant influence, with an original sample value of 0.358, a t-statistic of $4.546 > 1.65$, and a p-value of $0.000 < 0.1$. This finding highlights the importance of individual characteristics—such as age, income, occupation, and lifestyle—in shaping consumer decisions to purchase Risa

Soy Milk. Moreover, psychological factors had a highly significant influence, with an original sample value of 0.521, a t-statistic of $5.197 > 1.65$, and a p-value of $0.000 < 0.1$. These results indicate that health motivation was the primary driver of purchasing behavior. Consumers opted for products they perceived as beneficial to their health. Positive perceptions, prior experiences with the product, and confidence in its quality and benefits further strengthened this motivation, leading not only to repeat purchases but also to the integration of soy milk consumption into consumers' healthy lifestyle choices.

Based on these findings, the study suggests that producers focus on strengthening consumers' psychological aspects by emphasizing health benefits on packaging, reinforcing positive perceptions, and building a strong brand image to increase purchase intentions. In addition, producers are encouraged to optimize market segmentation based on age (youth, young adults, families), income, and healthy lifestyle preferences, while also diversifying product variations and maintaining competitive prices. For future research, this study can serve as a foundation for broader investigations by incorporating additional variables such as product quality, promotion, or brand image. Expanding the research area and employing qualitative or mixed-method approaches are also recommended to yield deeper and more generalizable results.

For consumers, it is expected that continued support for high-quality local products such as Risa Soy Milk will not only benefit personal health but also contribute to local economic growth and the sustainability of a healthy lifestyle.



RINGKASAN

Anis Mufadhilah (21901032086) Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Susu Kedelai (Studi Kasus Pada Produk Susu Kedelai Risa Malang)

Pembimbing: 1. Dr. Dwi Susilowati, SP.,MP.

2. Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP.

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, salah satu hasil unggulan pertaniannya adalah tanaman pangan. Dalam beberapa tahun terakhir, tren gaya hidup sehat semakin populer, dengan banyak konsumen beralih ke produk nabati seperti susu kedelai. Salah satu produk yang mencuri perhatian adalah susu kedelai Risa di Kota Malang, yang terkenal dengan keunggulannya sebagai alternatif minuman sehat. Meskipun produk ini telah dikenal luas, penelitian yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli susu kedelai Risa masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, dengan fokus pada aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui karakteristik konsumen produk susu kedelai Risa, 2) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk susu kedelai Risa.

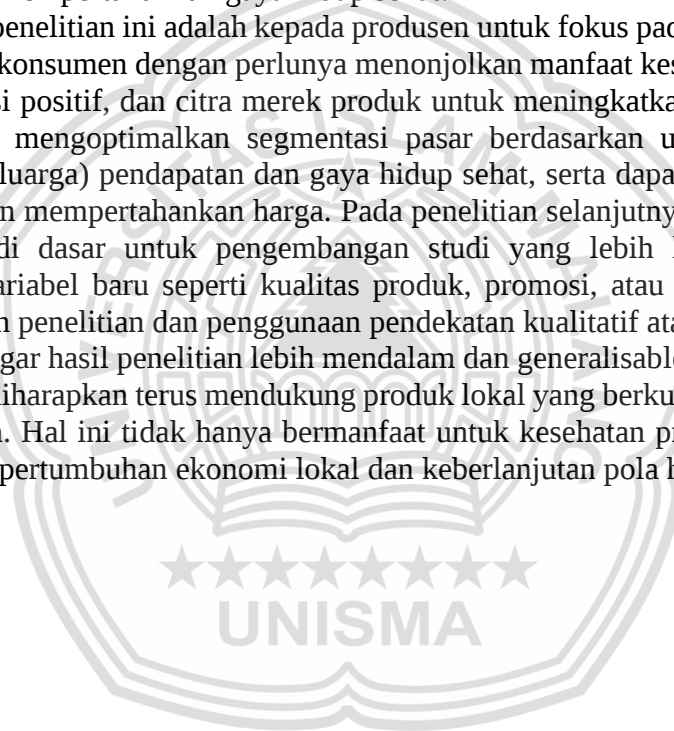
Penelitian dilaksanakan secara sengaja (purposive) di wilayah Kecamatan Karangbesuki, Sukun, Malang, pada bulan Mei hingga Juni 2025. Dengan populasi yang tidak pasti, penentuan sampel dilakukan menggunakan accidental sampling terhadap 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS.

Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS menunjukkan bahwa nilai outer loading $> 0,6$, AVE $> 0,5$, dan composite reliability $> 0,7$. Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang ada. Nilai Q-square (Q^2) sebesar $0,367 (>0)$ mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Dengan kata lain, model ini cukup efektif dalam memprediksi keputusan pembelian susu kedelai Risa berdasarkan variabel-variabel yang diuji. Selain itu, hasil koefisien determinasi (R -square/ R^2) untuk keputusan pembelian adalah $0,768$, yang berarti bahwa secara bersama-sama, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis mampu menjelaskan $76,8\%$ variabilitas keputusan pembelian. Sisanya sebesar $23,2\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil pengujian path coefficient menunjukkan bahwa faktor budaya memiliki nilai original sample sebesar $0,105$, dengan t -statistik $1,716 > 1,65$ dan p -value $0,087 < 0,1$, yang berarti faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian susu kedelai Risa. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai budaya lokal, seperti kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi produk kedelai, turut membentuk sikap positif terhadap produk tersebut. Sementara itu, pengujian path coefficient pada faktor sosial menunjukkan nilai original sample $0,003$, t -statistik $0,035 < 1,65$, dan p -value $0,972 > 0,1$, yang berarti faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, rekomendasi dari

teman, keluarga, atau kelompok sosial lainnya tidak banyak memengaruhi konsumen dalam membeli produk ini. Faktor pribadi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai original sample 0,358, t-statistik $4,546 > 1,65$, dan p-value $0,000 < 0,1$. Temuan ini menegaskan bahwa karakteristik individu, seperti usia, pendapatan, pekerjaan, dan gaya hidup, memegang peran penting dalam menentukan keputusan pembelian susu kedelai Risa. Selain itu, faktor psikologis memiliki pengaruh yang sangat signifikan, dengan original sample 0,521, t-statistik $5,197 > 1,65$, dan p-value $0,000 < 0,1$. Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi kesehatan menjadi pendorong utama dalam perilaku pembelian, di mana konsumen memilih produk yang diyakini memberikan manfaat bagi kesehatan. Persepsi positif, pengalaman sebelumnya dalam mengonsumsi produk, serta keyakinan terhadap kualitas dan manfaat susu kedelai Risa semakin memperkuat motivasi ini, sehingga keputusan pembelian tidak hanya terjadi sekali, tetapi dapat berulang sebagai bagian dari upaya konsumen untuk mempertahankan gaya hidup sehat.

Saran dari penelitian ini adalah kepada produsen untuk fokus pada penguatan aspek psikologis konsumen dengan perlunya menonjolkan manfaat kesehatan pada kemasan, persepsi positif, dan citra merek produk untuk meningkatkan minat beli konsumen. Serta mengoptimalkan segmentasi pasar berdasarkan usia (remaja, dewasa muda, keluarga) pendapatan dan gaya hidup sehat, serta dapat menambah variasi produk dan mempertahankan harga. Pada penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan studi yang lebih luas dengan menambahkan variabel baru seperti kualitas produk, promosi, atau citra merek. Perluasan wilayah penelitian dan penggunaan pendekatan kualitatif atau campuran juga disarankan agar hasil penelitian lebih mendalam dan generalisable. Kemudian bagi konsumen, diharapkan terus mendukung produk lokal yang berkualitas seperti susu kedelai Risa. Hal ini tidak hanya bermanfaat untuk kesehatan pribadi, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan keberlanjutan pola hidup sehat.



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan basis perekonomian agraris, di mana sektor pertanian memegang peranan penting. Salah satu komoditas utama yang menjadi andalan dari hasil pertanian tersebut adalah kelompok tanaman pangan yang berperan besar dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekaligus menopang ketahanan pangan nasional. Apabila setiap penduduk warga dapat memenuhi kebutuhannya maka dapat dikatakan ketahanan pangan pada suatu negara baik (Setyawan dan Huda, 2022). Industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan tren peningkatan kesadaran terhadap gaya hidup sehat dan pola konsumsi berkualitas, sehingga munculnya produk-produk alternatif seperti susu kedelai yang semakin diminati (Kementerian Perindustrian RI, 2020).

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat dan pola konsumsi yang berkualitas, industri makanan di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Berbagai produk inovatif bermunculan untuk menjawab kebutuhan konsumen yang semakin selektif dalam memilih asupan bergizi. Namun demikian, penerapan Pola Pangan Harian (PPH) di Indonesia masih tergolong rendah, yang mencerminkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik konsumsi di masyarakat. Kondisi ini menandakan bahwa meskipun kesadaran akan pentingnya pola makan sehat telah tumbuh, realisasi dalam bentuk kebiasaan sehari-hari masih perlu ditingkatkan melalui edukasi dan ketersediaan produk pangan yang sesuai. Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, hanya sekitar 25–30% rumah tangga di beberapa wilayah yang telah menerapkan pola makan seimbang sesuai pedoman PPH (Kemenkes RI, 2018). Kesenjangan antara standar gizi ideal dan praktik konsumsi sehari-hari ini berkontribusi pada peningkatan risiko penyakit tidak menular seperti hipertensi, diabetes, dan penyakit jantung (WHO, 2018).

Realitas pola pangan harian di masyarakat saat ini menunjukkan dominasi konsumsi makanan tinggi karbohidrat dan lemak jenuh, sementara asupan protein berkualitas serta variasi sayur dan buah masih kurang optimal

(BPS, 2019). Kondisi tersebut tidak hanya menimbulkan implikasi terhadap kesehatan individu, tetapi juga berkontribusi pada meningkatnya beban yang harus ditanggung oleh sistem kesehatan nasional. Oleh karena itu, inovasi produk seperti susu kedelai menjadi sangat relevan dalam membantu mengatasi defisit asupan protein dan menyediakan alternatif pangan yang lebih sehat.

Selain aspek gizi, kebijakan pemerintah juga memiliki peran strategis dalam mengarahkan perubahan pola konsumsi menuju gaya hidup yang lebih sehat. Melalui program penyuluhan gizi dan promosi pola makan seimbang, Kementerian Kesehatan berupaya mendorong masyarakat untuk menerapkan prinsip-prinsip PPH dalam kehidupan sehari-hari (Kemenkes RI, 2020). Dukungan kebijakan ini semakin diperkuat dengan adanya regulasi dan insentif bagi industri pangan lokal, sehingga produsen terdorong untuk mengembangkan produk yang memenuhi standar gizi dan kesehatan (Nugroho, 2019). Salah satu contoh industri yang bergerak dalam produksi pangan sehat adalah pengolahan susu kedelai di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Secara geografis, Desa Kalisongo termasuk dalam wilayah Kecamatan Dau yang terletak di Kabupaten Malang dengan mayoritas penduduknya bekerja di bidang pertanian, industri, perdagangan, dan lain-lain serta memiliki usaha pengolahan susu kedelai. Salah satu pengolahan susu kedelai yang saat ini sedang dikembangkan berada di desa Kalisongo yaitu pengolahan susu kedelai “RISA” yang mana usaha ini berdiri sejak tahun 2004 dan merupakan satu-satunya unit usaha skala rumah tangga di Desa Kalisongo yang dapat memproduksi sekitar ± 200 liter setiap harinya. Sejalan dengan kebijakan pemerintah yang mendorong inovasi di sektor pangan sehat, Risa Malang pun mengembangkan inovasi produk untuk menjawab tuntutan pasar akan pilihan pangan yang lebih sehat.

Produk berbasis kedelai semakin diminati sebagai alternatif sehat bagi masyarakat yang peduli terhadap asupan gizi dan kesehatan. Susu kedelai, sebagai salah satu produk olahan kedelai, memiliki keunggulan dibandingkan susu sapi, terutama bagi konsumen yang memiliki intoleransi laktosa dan gaya hidup vegetarian (Suwandi et al., 2020). Selain itu, susu kedelai kaya akan protein nabati, isoflavon, dan bebas kolesterol, sehingga menjadi pilihan yang

baik bagi konsumen yang mengutamakan kesehatan (Winarno, 2018).

Tren konsumsi susu kedelai di Indonesia menunjukkan peningkatan, terutama di kalangan masyarakat urban yang sadar akan pola makan sehat (Setyaningsih et al., 2021). Di Malang, sebagai salah satu kota dengan tingkat konsumsi tinggi terhadap produk berbasis kedelai, industri susu kedelai berkembang pesat, salah satunya adalah Industri Susu Kedelai Risa. Namun, persaingan dengan berbagai produk susu, baik berbasis hewani maupun nabati, mendorong pelaku usaha untuk lebih mendalami perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Keberlangsungan sebuah produk di pasar sangat ditentukan oleh bagaimana perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Menurut Mauludin et al. (2022), perilaku konsumen adalah proses individu dalam menentukan pilihan, melakukan pembelian, dan menggunakan barang atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan serta keinginan kondisi di mana individu memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Sementara itu, Swasta dan Handoko (2000:10) yang dikutip dalam Nafali dan Soepeno (2016) menyatakan bahwa perilaku konsumen mencerminkan keterlibatan individu dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa, yang di dalamnya terdapat proses pengambilan keputusan terkait persiapan dan pelaksanaan. Variasi orientasi konsumen menjadi faktor yang menimbulkan perbedaan perilaku terhadap suatu produk. Dengan mempelajari perilaku konsumen, perusahaan dapat merancang perencanaan pemasaran yang efektif, memenuhi kebutuhan konsumen, memperkuat kepuasan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan. Secara khusus, perilaku konsumen memberikan gambaran mengenai bagaimana individu membuat keputusan pembelian.

Menurut Zubaidah & Latief (2022), Keputusan pembelian adalah suatu proses yang dijalani konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli barang atau jasa. Proses ini dimulai dari kesadaran akan kebutuhan atau keinginan, dilanjutkan dengan identifikasi masalah, hingga tahap evaluasi setelah pembelian. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang berperan penting dalam proses tersebut.

Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2007) *dalam* Wahyuni & Zuhriyah (2020), terdapat empat kelompok faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Pertama, faktor budaya, meliputi kebudayaan, subkultur, dan kelas sosial. Kedua, faktor pribadi, yang mencakup gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, pekerjaan, kondisi ekonomi, usia, serta siklus hidup. Ketiga, faktor psikologis, seperti sikap dan keyakinan, motivasi, pembelajaran, dan persepsi. Keempat, faktor sosial, termasuk pengaruh kelompok, keluarga, peran, dan status sosial.

Mengacu pada uraian sebelumnya, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk susu kedelai serta faktor-faktor yang memengaruhi proses tersebut. Maka dari itu, peneliti mengangkat judul **“Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Susu Kedelai (Studi Kasus Pada Produk Susu Kedelai Risa Malang)”**. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pelaku usaha untuk memperkuat daya saing produk dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disajikan secara spesifik sebagai berikut :

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen produk susu kedelai Risa di Kota Malang?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk susu kedelai Risa di Kota Malang?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen produk susu kedelai Risa di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk susu kedelai Risa di Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, yang bertujuan untuk memfokuskan ruang lingkup kajian mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk susu kedelai Risa di Kota Malang, yaitu:

1. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Karangbesuki, Kecamatan Sukun, Malang.
2. Penelitian ini hanya menganalisis karakteristik konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap produk susu kedelai Risa.
3. Sampel penelitian terbatas pada produsen dan konsumen susu kedelai Risa, dengan kriteria responden yang pernah membeli produk minimal satu kali dalam seminggu.
4. Penelitian fokus hanya pada komoditas susu kedelai, sesuai dengan penjualan yang terjadi di lokasi penelitian.

1.5 Manfaat dan output penelitian

1. Manfaat Akademik
 - a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi kajian yang bermanfaat bagi pembaca, khususnya dalam menambah pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama terkait produk susu kedelai.

- b. Bagi Penelitian lebih lanjut

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam pengembangan pada variabel-variabel lain yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengusaha susu kedelai dengan menyediakan informasi dan rekomendasi yang relevan dalam upaya pengembangan usaha. Temuan penelitian juga dapat menjadi acuan bagi produsen untuk memahami faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk, sehingga memungkinkan penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif guna bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis mengenai pembelian produk susu kedelai. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen Susu Kedelai Risa di Malang dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) melalui SmartPLS, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas konsumen susu kedelai Risa adalah perempuan berusia antara 21 hingga 30 tahun, berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, dengan pendidikan terakhir SMA/MA, dan penghasilan di bawah Rp 1.500.000. Hal ini menunjukkan bahwa produk susu kedelai Risa berhasil menjangkau segmen pasar muda dan ekonomis dengan frekuensi pembelian yang cukup tinggi yaitu 2 hingga 3 kali dalam seminggu.
2. Secara keseluruhan, model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai R-Square (R^2) sebesar 0,768, yang berarti 76,8% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai Predictive Relevance (Q^2) sebesar 0,367 menunjukkan bahwa model ini memiliki kekuatan prediksi yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian.
3. Faktor budaya terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Susu Kedelai Risa, ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 1,716 dan p-value 0,087. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya lokal yang menjunjung tinggi pola hidup sehat turut mendorong minat konsumen terhadap produk susu kedelai.
4. Faktor Sosial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian susu kedelai Risa dengan nilai t-statistik 0,035 dan p-value 0,972. Artinya, pengaruh rekomendasi dari teman atau keluarga tidak secara dominan mempengaruhi keputusan konsumen yang cenderung membuat keputusan secara mandiri. Hal ini sesuai dengan karakteristik responden yang sebagian besar merupakan mahasiswa.
5. Faktor Pribadi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-statistik 4,546 dan p-value 0,000. Faktor

ini meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan pribadi menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih susu kedelai Risa.

6. Faktor Psikologis merupakan faktor paling dominan yang memengaruhi keputusan pembelian susu kedelai Risa dengan nilai t-statistik 5,197 dan p-value 0,000. Motivasi untuk hidup sehat, persepsi positif terhadap kualitas produk, serta keyakinan akan manfaatnya menjadi pemicu utama konsumen untuk terus membeli produk ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha susu kedelai Risa disarankan untuk fokus pada penguatan aspek psikologis konsumen dengan perlunya menonjolkan manfaat kesehatan pada kemasan, dan citra merek untuk meningkatkan minat beli konsumen. Mengoptimalkan segmentasi pasar berdasarkan usia (remaja, dewasa muda, keluarga) pendapatan dan gaya hidup sehat, serta dapat menambah variasi produk dan mempertahankan harga.
2. Bagi peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil dari nilai R-Square maka disarankan menambahkan variabel seperti kualitas produk, harga, promosi, citra merek, atau distribusi. Selain itu, penggunaan metode campuran (mixed methods) dan perluasan lokasi penelitian penting dilakukan agar hasil yang diperoleh lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidah, S. N., & Indonesia, T. P. K. (2020). *Ensiklopedi Kedelai: Deskripsi, Filosofi, Manfaat, Budidaya dan Peluang Bisnisnya* (Vol. 4). Penerbit KBM Indonesia.
- Al Falah, S. A. N. W., & Maharani, S. (2020). Perkembangan Yoghurt Susu Kedelai. *Journal of Food and Culinary*, 3(2), 84.
- Amrin, T. (2000). *Susu kedelai*. Niaga Swadaya.
- Andira, P., Rusyidi, M., & Maulana, C. Z. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosialterhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4), 1951-1960.
- Andry Stephannie Titing, Ismanto Ismanto, & Tenri Wahyuni. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe The Scoop Di Kabupaten Kolaka. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(4), 105–118. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i4.1117>
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610-3617.
- Asnawati, N., Jayadi, M. E., Afrilia, S., Sofyandi, M., Wahyuni, S., Umajan, J. E. H., ... & Unsunnidhal, L. (2021). Edukasi Musnahkan Gizi Buruk Di Desa Menggala, Kabupaten Lombok Utara, Provinsi Nusa Tenggara Barat (Daerah Tertinggal) Melalui Terapi Merdeka Madu Trigona. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 301-305.
- Ataini, V., Purnomowati, R., & Rochaeni, S. (2021). Pengaruh faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologis terhadap keputusan konsumen dalam pembelian bunga potong (Studi Kasus Pondok Lily Rawa Belong, Jakarta Barat). *Sharia Agribusiness Journal*, 1(1), 37-70.
- Basuchaudhuri, P. (2020). *Physiology of Soybean Plant*. CRC Press.
- Cahyadi, W., 2007. *Teknologi dan Khasiat Kedelai*. Bumi Aksara, Jakarta
- Fajri, H. A. (2023, October). Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restaurant All U Can Eat Oppa Bbq Di Kota Pekanbaru. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 719-727).
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* Edisi 4. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. E. (2021). Analisis pengaruh faktor pribadi dan budaya terhadap keputusan pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 210-216.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99-107.

- Indriani, J. D., & Muslimah, H. N. (2023). Analisis Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Pasar Padang Luar. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2930-2941.
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203-208.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Krisnaningsih, A.T.N. dan Yulianti, D.L. 2020. *Susu Fermentasi Yogurt*. Media Nusa Creative: Malang.
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 80-89.
- Linda, M. (2022). Analisis Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Modeshop Balikpapan. *Jurnal Geo Ekonomi*, 13(2), 236-244.
- Masluhah, Y. L., & Putra, M. H. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inovasi Susu Kedelai. *Jurnal Ekuivalensi*, 7(2), 235-249.
- Masyhura, M. M., Nusa, M. I., & Prasetya, D. (2018). Aplikasi Ekstrak Kulit Buah Naga Merah (*Hylocereus polyrhizus*) Pada Pembuatan Susu Kedelai (*Hylocereus polyrhizus*). *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 2(1).
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., & Munawaroh, I. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1).
- Mursid. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Aksara Bekerja Sama Dengan Universitas Studi Ekonomi UI.
- Nafali, M., & Soepeno, D. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(4), 984-992.
- Putri, H. A., & Suhermin, S. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(4).
- Rahayu, S. T. (2022). *Analisis Agroindustri Dan Pemasaran Ikan Asin Di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Rahmawati, D. (2019). Pengembang pemasaran produk roti dan pastry dengan bauran pemasaran 4P di Sari Good Bakery. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 233-243.
- Saputra, I. B., Ambarwati, A. N., & Yulianto, S. (2024). Analisis Perilaku Belanja Online Pada E-Commerce Dengan Menggunakan Metode SEM-PLS. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 4(1), 25-29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v4i1.22602>
- Setyawan, G., & Huda, S. (2022). Analisis pengaruh produksi kedelai, konsumsi kedelai, pendapatan per kapita, dan kurs terhadap impor kedelai di Indonesia. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(2), 215-225.

- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suyanda, Y. (2021). *Analisis Agroindustri Dan Pemasaran Susu Kedelai Di Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru (Kasus Pada Usaha Susu Kedelai Buk Eva)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232-243.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Usia Sebagai Moderator. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1041–1050. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.2870>
- Wiyono. Gendro. *Merancang Penelitian Bisnis: dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta. 2011.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324-333.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.

