

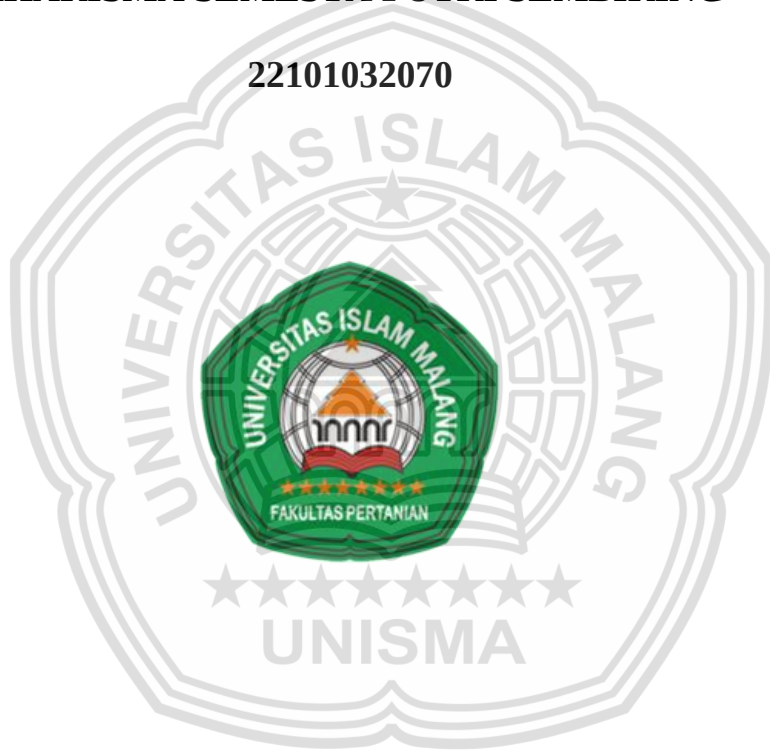
**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN BERAS PREMIUM DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

KHARISMA SEMESTA PUTRI SEMBIRING

22101032070



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2025

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN BERAS PREMIUM DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

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

Oleh :

KHARISMA SEMESTA PUTRI SEMBIRING

22101032070



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Beras
Premium Di Kota Malang.
Nama : Kharisma Semesta Putri Sembiring
NPM : 22101032070
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

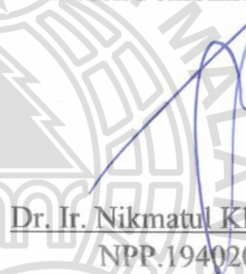
Mengetahui

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua



Dr. Ir. Bambang Siswadi, M.P.
NPP. 1870200016



Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, M.P.
NPP. 19402000045

Dekan Fakultas Pertanian

Kepala Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Anis Rosyidah, M.P.
NPP. 1910200013



Amef Joko Saputro, SP., M.P.
NPP. 212511199532150

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN BERAS PREMIUM DI KOTA MALANG.
Nama : KHARISMA SEMESTA PUTRI SEMBIRING
NPM : 22101032070
Program Studi : AGRIBISNIS
Fakultas : PERTANIAN

Mengesahkan
Majlis Penguji

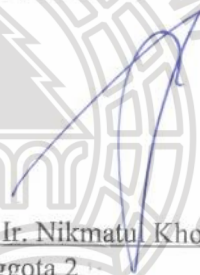


Ir Moch Noerhadi Sudjoni, M.P

Ketua



Dr. Ir. Bambang Siswadi, MP.
Anggota 1



Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, M.P
Anggota 2



PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kharisma Semesta Putri Sembiring
NPM : 22101032070
Program Studi : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium Di Kota Malang

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

Apabila ternyata di 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, 22 Januari 2025



CCAMX113924607

Kharisma Semesta Putri Sembiring

22101032070

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

“Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat.”

(QS. Al-Mujadilah, ayat 11)

“Jika Engkau Ingin Melihat Keberanian Sejati, Lihatlah Pada Saat Menghadapi Musuh.”

(Khalid Bin Walid ra)

“Jangan pernah menyerah dalam menghadapi ujian, karena ujian itu akan menguatkan kita, karena Ketika kita meminta pertolongan kepada Allah, percayalah bahwa Dia akan memberikan solusi. Maka Jadilah seperti bunga yang harum, meski terinjak tetaplah memberi manfaat bagi orang lain”

(Umar bin Khattab ra)

*Skripsi ini kupersembahkan
Sebagai kebanggaan dan tanda
Baktiku Kepada orangtuaku Bapak
Jumpa Ersada Sembiring dan Ibu
Martini serta semua saudaraku yang
selalu mendukungku, tak lupa juga
teman teman seperjuangan agribisnis
yang selalu menjadi tempat kenangan
dan dunia cerita pada waktunya*

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Kharisma Semesta Putri Sembiring, dilahirkan di Malang pada tanggal 2 Mei 2003. Merupakan putri kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Jumpa Ersada Sembiring dan Ibu Martini. Penulis menyelesaikan pendidikan dasarnya di Sekolah Dasar Negeri Bumiayu 4 (SDN Bumiayu 4) pada Tahun 2015, kemudian menyelesaikan pendidikan menengah pertamanya di Sekolah

Menengah Pertama Negeri 7 Malang (SMPN 7 Malang) pada tahun 2018, dan kemudian meneruskan sekolah menengah atasnya di Sekolah Menengah Atas Nasional Malang (SMA Nasional Malang) dan lulus tahun 2021 serta diterima sebagai mahasiswa aktif di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang hingga selesai.



UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Malang beserta stafnya serta jajaran pengurus Yayasan Universitas Islam Malang.
2. Ibu Dr. Ir. Hj. Anis Rosyidah, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
3. Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang Bapak Arief Joko Saputro S.P, M.P.
4. Bapak Dr. Ir. H. Bambang Siswadi, M.P selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Ir Nikmatul Khoiriyah, M.P selaku pembimbing pendamping atas segala upaya dalam membimbing, menuntun serta memotivasi penulis dalam menyusun skripsi hingga selesai.
5. Terimakasih kepada semua teman angkatan Agribisnis 2020 dan atas segala pengalaman dan kerja sama, kebersamaan dan dukungannya yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar masa belajar. Syukur dan terima kasih yang mendalam penulis persembahkan kepada Ibu dan ayah serta seluruh dosen dan guru atas dorongan yang kuat serta dukungan yang totalitas baik dalam hal do'a, materi dan ilmu. Sembah sujud saya kepada AllahSWT, semoga kita semua selalu berada dalam ridho lindungan dan jalan-Nya serta selalu mendapat berkah dan rahmat-Nya.

Malang, 22 Januari 2025

Kharisma Semesta Putri Sembiring

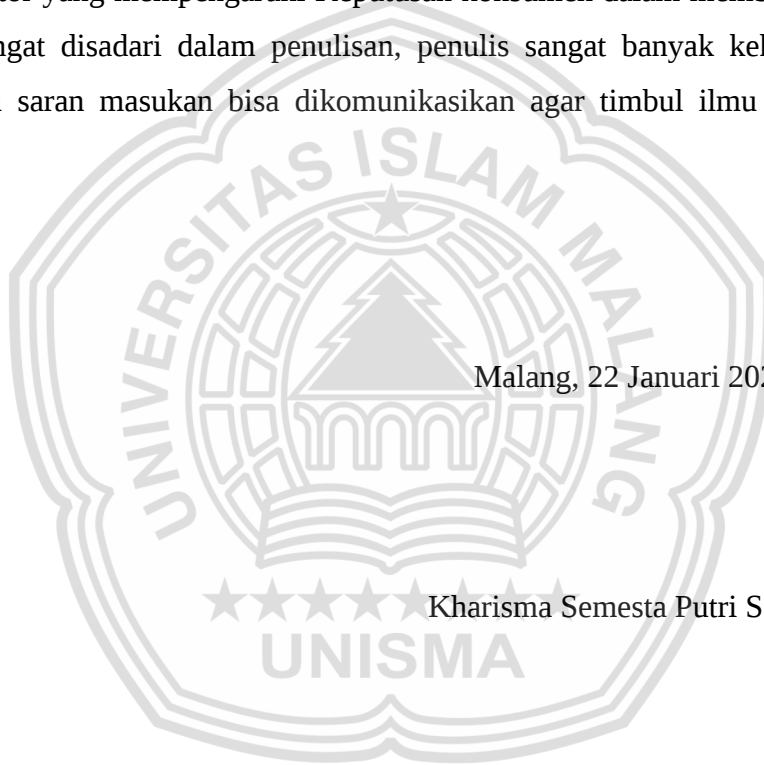
KATA PENGANTAR

Mengawali dengan *Bismillahiraahmaanirrahim* menulis memanjakan segala pujian serta rasa syukur kehadiran Allah SWT juga tidak lupa semoga Sholawat kepada Nabi Muhammad SAW yang tak terhingga, *Alhamdulillah* penulis bisa menyajikan karya tulis yang berjudul: **Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium Di Kota Malang.**

Dalam karya ini terdapat beberapa pokok bahasan perihal deskripsi profil konsumen yang membeli beras premium di Kota Malang, Keputusan Pembelian, dan factor factor yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam membeli beras premium. Sangat disadari dalam penulisan, penulis sangat banyak kekurangan maka dari itu saran masukan bisa dikomunikasikan agar timbul ilmu semakin sempurna.

Malang, 22 Januari 2025

Kharisma Semesta Putri Sembiring



ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS**PREMIUM DI KOTA MALANG****Kharisma Semesta Putri Sembiring¹, Bambang Siswadi², Nikmatul Khoiriyah²**¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam MalangEmail : kharisma.semestaps0205@gmail.com²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam MalangEmail : nikmatul@unisma.ac.idEmail : bsdiediek171@unisma.ac.id**Abstract**

Rice is one of the four food products whose procurement is highly considered by the government. Premium rice has unique texture, flavor and aroma characteristics that produce fluffy and fragrant rice, processed with advanced technology. Lancaster's (1966) demand characteristics theory states that consumers not only buy products based on price, but also based on product attributes that provide benefits to them. The preferences owned by consumers will be very important because it will affect their choice of product purchase. This study aims to analyze the factors that influence consumer decisions in purchasing premium rice in Malang City. The data used in this study are primary data obtained through direct interviews using a questionnaire. The sample size was 120 respondents. The data analysis method uses SEM (Structural Equation Modeling) analysis. The results showed that consumer decisions in buying premium rice in Malang City were significantly influenced by the variables Income (X_2), Lifestyle (X_4), and Price (X_5), where price became the first significant variable as a determinant, followed by income which affects consumer purchasing power and lifestyle which reflects preferences for quality and health, while the variables Perception (X_1) and Trust (X_3) were not significant to the decision to purchase premium rice in Malang City.

Keyword: *Rice Premium, consumer behavior.***Abstract**

Beras merupakan salah satu dari empat produk pangan yang pengadaannya sangat diperhatikan oleh pemerintah. Beras premium memiliki karakteristik tekstur, rasa, dan aroma unik yang menghasilkan nasi yang pulen dan wangi, diproses dengan teknologi canggih. Teori karakteristik permintaan dari Lancaster (1966) menyatakan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk berdasarkan harga, tetapi juga berdasarkan atribut produk yang memberikan manfaat bagi mereka. Preferensi yang dimiliki oleh konsumen akan menjadi sangat penting karena akan mempengaruhi pilihan mereka terhadap pembelian produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras premium di Kota Malang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung menggunakan kuesioner. Jumlah sampel adalah 120 responden. Metode analisis data menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli beras premium di Kota Malang dipengaruhi secara signifikan oleh variabel Pendapatan (X_2), Gaya Hidup (X_4), dan Harga (X_5), dimana harga menjadi variabel signifikan pertama sebagai penentu, diikuti oleh pendapatan yang memengaruhi daya beli konsumen serta gaya hidup yang mencerminkan preferensi terhadap kualitas dan kesehatan. Sedangkan variabel Persepsi (X_1) dan Kepercayaan (X_3) tidak signifikan terhadap keputusan pembelian beras premium di Kota Malang.

Keyword: *Beras Premium, Perilaku Konsumen*

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan di tingkat global dan nasional tak terlepas dari pangan yang selalu menjadi isu strategis, karena kecukupan pangan merupakan hak setiap warga negara yang harus terjamin kuantitas, kualitas, keamanan dan nilai gizinya (Forgenie & Khoiriyah, 2023). Beras merupakan salah satu bahan makanan pokok yang sangat penting di dunia, termasuk di Indonesia. Selain itu, beras juga sumber karbohidrat utama yang dibutuhkan oleh mayoritas penduduk untuk memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari terutama dari kalangan menengah kebawah.

Beras juga merupakan salah satu dari empat produk pangan yang pengadaannya sangat diperhatikan oleh pemerintah, bahkan pengadaannya tertulis dalam undang-undang, seperti UU No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan Pasal 1 ayat 15 yang berbunyi “Pangan Pokok adalah Pangan yang diperuntukkan sebagai makanan utama sehari-hari sesuai dengan potensi sumber daya dan kearifan lokal”

Konsumen dalam memilih beras untuk memenuhi kebutuhan asupan mereka harus selalu menyesuaikan dari selera mereka sendiri. Preferensi yang dimiliki oleh konsumen akan menjadi sangat penting karena preferensiilah yang akan mempengaruhi pilihan mereka terhadap pembelian produk untuk mempertahankan suatu perusahaan dan mengembangkannya (Firmansyah *et al.*, 2024). Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidaknya sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi.

Preferensi dapat dipertimbangkan berdasarkan teori permintaan karakteristik yang dikembangkan oleh Lancaster, di mana konsumen memperoleh manfaat dan kepuasan dari atribut barang, bukan dari barang itu sendiri (Lancaster, 1966). Metode preferensi yang dinyatakan (juga dikenal sebagai metode preferensi percakapan, langsung atau terekspresikan) seperti valuasi kontingen dan eksperimen pilihan mengungkapkan preferensi (Grafton *et al.*, 2004). Setiap produk memiliki sekumpulan karakteristik yang berkontribusi pada preferensi konsumen terhadap produk tertentu dibandingkan produk lainnya. Dalam kasus beras, sifat yang disukai dapat sangat bervariasi, mulai dari rasa dan harga, hingga tekstur, dan lain-lain (Shiratori *et al.*, 2023).

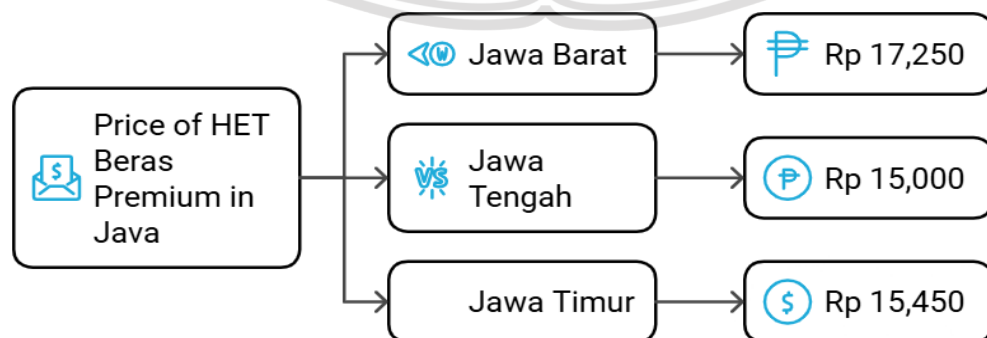
Beras premium memiliki kualitas tinggi dengan karakteristik tekstur lembut, rasa enak, dan beraroma khas, serta kemasan yang baik dengan informasi

lengkap (Badan Pangan Nasional, 2023). Menurut (Shiratori *et al.*, 2023; Syahrir *et al.*, 2015) Beras premium yaitu beras yang memiliki karakteristik tekstur, rasa, dan aroma unik yang menghasilkan nasi yang pulen dan wangi, diproses dengan teknologi canggih, yang biasanya tersedia hanya ditoko toko besar seperti supermarket. Namun kekurangannya adalah tidak tersedia dalam bentuk per kilo atau per liter, dan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan beras biasa (Medium).

Tabel 1. HET Beras di Indonesia

No	Wilayah	HET Beras Medium (Rp/Kg)	HET Beras Premium (Rp/Kg)
1	Jawa, Lampung dan Sumatera Selatan	12.500	14.900
2	Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bengkulu, Riau, Kepulauan Riau, Jambi, dan Kepulauan Bangka Belitung	13.100	15.400
3	Bali dan Nusa Tenggara Barat	12.500	14.900
4	Nusa Tenggara Timur	13.100	15.400
5	Sulawesi	12.500	14.900
6	Kalimantan	13.100	15.400
7	Maluku	13.500	15.800
8	Papua	13.500	15.800

Sumber: Peraturan Badan Pangan Nasional Republik Indonesia No. 5 Tahun 2024



Gambar 1. HET Beras di Pulau Jawa

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat melihat bahwasannya diwilayah Jawa HET Beras berdasarkan UU, HET beras premium sebesar Rp.14.900 dari pihak

produsen. Namun lain halnya pada gambar 1 diatas menunjukkan perubahan kenaikan HET beras terbaru pada bulan Maret 2024 yang lalu di pulau Jawa.

Beberapa penelitian mengatakan bahwa usia, pendapatan, harga, atribut produk, dan persepsi konsumen mempengaruhi pembelian beras ((Sidabutar *et al.*, 2024); (Antriyandarti *et al.*, 2024)). Masyarakat dengan tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, Pendidikan dari keluarga yang menengah biasanya mengkonsumsi beras yang dijual dengan cara ecer yaitu beras medium. Berbeda dengan masyarakat dengan strata yang menengah keatas, mereka biasanya mengkonsumsi beras yang lebih unggul kualitasnya dan beras yang dikemas lebih rapi seperti beras premium (Suparyanto dan Rosad, 2020).

Menurut (Machfudz & Sholehuddin, 2007) dan (Mankiw, 2021) , ketika terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, semestinya terjadinya perubahan pembelian produk. Seperti meningkatnya penjualan beras premium menunjukkan adanya perubahan tingkat pendapatan yang mendorong perubahan preferensi konsumen terhadap pembelian beras premium. Setelah peningkatan pendapatan, individu mengalami peningkatan kebahagiaan jangka pendek sebelum kembali ke "set point" awal, menciptakan gap ekspektasi antara perubahan material dan kesejahteraan subjektif (Brickman & Campbell, 1971).

Pembelian beras premium di Kota Malang tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, namun juga dipengaruhi oleh besar kecilnya kebutuhan masyarakat terhadap beras. Hal ini dilihat dari jenis konsumen, ada konsumen rumah tangga, katering dan restoran. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis pembelian beras hanya berdasarkan atribut produk atau persepsi konsumen saja. Karena hal itu, saya tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana atribut produk dan preferensi konsumen dapat memengaruhi keputusan pembelian beras premium di Kota Malang. Dari latar belakang tersebut maka arah penelitian ini mengarahkan penulis mengambil judul **“Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium Di Kota Malang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Atribut produk apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian beras premium di Kota Malang?
2. Bagaimana preferensi konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian beras premium di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis atribut produk apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium di Kota Malang
2. Untuk menganalisis preferensi konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian beras premium di Kota Malang

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini seperti Lokasi hanya dilakukan di Kota Malang, lebih tepatnya pada swalayan besar Seperti Super Indo Kepuh dan Indo Grosir Kacuk. Komoditas yang diteliti yakni komoditas beras premium. Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel Persepsi Konsumen (X_1), Pendapatan (X_2), Kepercayaan (X_3), Gaya Hidup (X_4), Harga (X_5), dan Atribut Produk (X_6) (Kemasan, Merek, Kualitas butir, Dan Rasa) serta Keputusan Pembelian (Y). Analisis pengumpulan data variabel menggunakan Skala likert. Total sampel responden yang diteliti sebanyak 120 orang.

1.5 Manfaat dan Output Penelitian

1.5.1 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian telah memperoleh berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Beberapa manfaat yang baik dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoris

Manfaat bersifat teori akan didapatkan oleh pembaca. Secara teoritis hasil riset ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya dalam

pendidikan agribisnis serta membantu pembaca untuk belajar dalam menganalisis pengambilan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a) Sebagai bahan informasi bagi produsen dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memahami preferensi konsumen terhadap beras premium.
- b) Sebagai bahan informasi bagi konsumen faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- c) Manfaat untuk peneliti yakni penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 jurusan Agribisnis.
- d) Manfaat untuk pembaca yakni penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya ataupun pembelajaran terkait analisis pengambilan keputusan dalam pembelian beras serta analisis data SEM-PLS

1.5.2 Output Penelitian

Dari penelitian yang akan dilaksanakan, maka akan diperoleh output berupa tulisan artikel ilmiah yang dimuat dalam jurnal ilmiah SEAGRI

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil analisis konjoin diketahui bahwa preferensi masyarakat terhadap beras premium berdasarkan atributnya yaitu masyarakat lebih prefer atau lebih suka terhadap beras premium yang memiliki tekstur yang pulen dengan memiliki nilai kepentingan tertinggi sebesar 42.213, diikuti oleh kemasan dengan informasi lengkap sebesar 20.861, ukuran butir yang besar sebesar 20.247, dan merek yang umum serta mudah ditemukan sebesar 14.845.
2. Berdasarkan hasil analisis SEM diketahui bahwa factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium di Kota Malang secara signifikan terdapat pada variabel Pendapatan (X_2), Gaya Hidup (X_4), Dan Harga (X_5). Sedangkan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian beras premium di Kota Malang adalah untuk variabel Persepsi (X_1) dan Kepercayaan (X_3).
3. Mayoritas konsumen merasa puas dengan pembelian beras premium, yang menunjukkan bahwa produk ini mampu memenuhi ekspektasi mereka. Konsumen lebih mengutamakan kualitas beras premium dibandingkan harga sebagai dasar evaluasi, dengan 71,67% responden setuju bahwa kualitas adalah faktor utama.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Produsen perlu menetapkan strategi harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dan memanfaatkan pengaruh gaya hidup konsumen dan strategi pemasaran perlu lebih menekankan pada aspek kesehatan dan kebersihan beras premium. Produsen dapat melakukan branding yang lebih kuat terkait dengan manfaat beras premium. Dan strategi promosi yang sesuai dan mampu diterima oleh konsumen beras premium.

2. Produsen perlu memastikan bahwa beras premium yang dipasarkan memiliki kualitas yang sesuai dengan preferensi Tekstur beras yang pulen dan butir yang besar serta kemasan yang lebih menarik dan informatif.
3. Konsumen disarankan untuk lebih selektif dalam memilih beras premium dengan memperhatikan kualitas, kebersihan, dan informasi pada kemasan. Pastikan beras memiliki tekstur yang baik, tidak mengandung kotoran, dan dikemas dengan standar yang higienis.
4. Untuk peneliti selanjutnya, perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras premium dengan Menambah variabel lain, seperti pengaruh Kemudahan Akses dan Distribusi, Kepercayaan Terhadap Produsen, loyalitas konsumen dan promosi, guna memahami lebih dalam perilaku konsumen terhadap beras premium.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Arifin, Z., & Siswadi, B. (2024). Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus : Rujak Njedir Kota Batu). *Seagri: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* [Http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/SEAGRI/Index](http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/SEAGRI/Index), 12(6), 1–7.
- Ancok, D. (1985). *Teknik penyusunan skala pengukur*. Yogyakarta : Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gajah Mada.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisep*, 23(1), 43–51. <https://doi.org/10.17969/agrisep.v23i1.26152>
- Antriyandarti, E., Melati, N. S. K., & Maulana, R. A. (2024). Understanding factors affecting rice purchasing decisions in Indonesia: Does rice brand matter? *Open Agriculture*, 9(1). <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0303>
- Arif, M. N. R. Al, & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi : Suatu perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Ayob, A. H., & Hussain, W. M. H. W. (2016). International Review of Management and Marketing Buying Local or Imported Goods? Profiling Non-income Consumers in Developing Countries. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 688–695. <http://www.econjournals.com>
- Badan Pangan Nasional. (2023). *Pandangan Implementasi Persyaratan Mutu dan Label Beras*.
- Badan Standardisasi Nasional. (2015). *Standardisasi Beras SNI 6128 2015*. www.bsn.go.id
- Brickman, P., & Campbell, D. T. (1971). *Hedonic relativism and planning the good society. Adaptation level theory: A symposium* (M. H. Appley. (ed.)). . New York: Academic Press.
- Bruner, J. S. (1957). On Perceptual Readiness. *Psychological Review*, 64(2), 123–152.
- Cohen, L., Manion, L., & Keith Morrison. (2008). *The methodology of educational research*. Metaichmio, Athens.
- Cruz-Piedrahita, C., Martinez-Carranza, F. J., & Delgado-Serrano, M. M. (2024). A Multidimensional Approach to Understanding Food Deserts in Vulnerable Contexts. *Sustainability (Switzerland)*, 16(3). <https://doi.org/10.3390/su16031136>
- Damanik, D., & Nainggolan, E. F. (2022). Pendapatan dan Konsumsi terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Kopi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1292–1304. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4645>

- Eldisthia, E., Muhaimin, A. W., & Setiawan, B. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Sikap dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 427. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.01>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen (Terjemahan) Jilid 2*. BinarupaAksara: Jakarta.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbing. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.177>
- Ferawati, Saadah, & Amrullah, A. (2019). Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 1–16. <https://doi.org/10.20956/jsep.v15i1.5800>
- Firmansyah, T., Siswandi, B., & Ariffin, Z. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Brokoli Agronusa Mushroom Di Kota Batu. *Seagri: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* [Http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/SEAGRI/Index](http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/SEAGRI/Index), 12, 1–11.
- Forgenie, D., & Khoiriyah, N. (2023). Analyzing Food Import Demand in Indonesia: an Ardl Bounds Testing Approach. *International Journal of Food and Agricultural Economics*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.330861>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro,.
- Gibson, J. J. (2014). *The Ecological Approach to Visual Perception* (1st ed.). Psychology Press.
- Grafton, R. Q., Adamowicz, W., Dupont, D., Nelson, H., Hill, R., & Renzeti, S. (2004). *The Economics of the Environment and Natural Resources*.
- Halena, Y., & Yovita, S. (2020). International Journal Administration , Business & Organization. *International Journal Administration, Business & Organization*, 1(3), 47–53.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. Jilid 2*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.

- Lancaster, K. (1966). A new approach to consumer theory. *Journal of Political Economy*, 74(2), 132–157.
- Machfudz, M., & Sholehuddin, S. (2007). *Dasar Dasar Ekonomi Mikro*.
- Mahendra, M., & Mamilianti, W. (2020). Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7150>
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Macroeconomics* (9th ed.). Cengage Learning,.
- Moh Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Gahala Indonesia.
- Nurdjannah, R., Apriliani, S. A., & Widowati, S. (2019). Penurunan Indeks Glikemik Beras Pratanak Dengan Bahan Baku Gabah Kering Panen (Gkp). *Jurnal Penelitian Pascapanen Pertanian*, 15(2), 106. <https://doi.org/10.21082/jpasca.v15n2.2018.106-114>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2002). *Microeconomics*. Prentice Hall.
- Rahmadini, K. A., Arifin, Z., & Maharianti, T. S. (2024). Persepsi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Buah Lokal Di Hypermart Malang Town Square. *Seagri: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* <http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/SEAGRI/Index>, 1–10.
- Sari, D. G., Yumarni, & Marganof. (2022). Peran lembaga pengelola hutan nagari (LPHN) pulakek koto baru kecamatan sungai pagu kabupaten solok selatan dalam pengembangan lebah madu kelulut (*Trigona itama*). *Sumatera Tropical Forest Research (Strofor Journal)*, 06(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s11557-016-1181-0>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (1998). Consumer Behavior. In *Mayo Clinic Proceedings* (Vol. 73, Issue 7). [https://doi.org/10.1016/S0025-6196\(11\)64898-2](https://doi.org/10.1016/S0025-6196(11)64898-2)
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Meida Group.
- Shiratori, S., Rafalimanantsoa, J., & Razafimbelonaina, H. S. A. (2023). Rice preference in rural Madagascar: A study of producer and consumer preferences. *Cogent Food and Agriculture*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311932.2023.2281092>
- Sidabutar, J., Karo, R., Sitepu, K., & Hermanto, B. (2024). Analisis Jalur (Path Analysis) Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kemasan melalui Preferensi Konsumen. *JURNAL AGRIMUMA*, 6(April), 45–55. <https://doi.org/10.31289/agri.v6i2.13082>
- Simamora, H. (2007). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 2*. Rineka Cipta.

- Solomon, M. R. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Financial Times/Prentice Hall.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Terate Di Kecamatan Bojonegoro. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Syahrir, Taridala, S. A. A., & Bahari. (2015). Preferensi konsumen beras berlabel. *Jurnal Agriekonomika*, 4(1), 10–21. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika/article/view/670>
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. ANDI OFFSET.
- Trisnowati, J., Slamet, G., & Pujiani, D. (2022). Strategi Penanganan Risiko Operasional Pemasaran Beras Pada Pb. Selaras Makmur Trijaya. *Media Bina Ilmiah*, 16(12), 7889–7900.
- Wertheimer, M. (2007). Laws of organization in perceptual forms. *A Source Book of Gestalt Psychology*, 71–88. <https://doi.org/10.1037/11496-005>
- Yasmina Sofa, S., Khoiriyah, N., & Siswadi, B. (2019). Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Jus AgriSeta di Lab. Home Agroindustri Model Prodi Agribisnis Unisma. *Jurnal SEAGRI*, 7(1), 1–6.

