

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMBELI BERAS
(Studi Kasus Pada PERUM BULOG DIVRE NTB)**

**ANALYSIS OF FACTOR THAT INFLUENCE CONSUMERS
DECISION TO BUY RICE
(Case Study At The National Logistics Agency's NTB)**



DISUSUN OLEH :

MUHAMAD HERMAN
NIM : 21512A0037

**KONSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMBELI BERAS DI PERUM BULOG DIVRE
NTB**

Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Pembimbing Untuk
Diajukan Ke Sidang Ujian Skripsi Pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2019

Menyetujui :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping



Drs. H. M. Junaidi, MM
NIDN. 0807066201



Selva, S.E., M.Sc
NIDN. 0811118601

Mengetahui:

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua


Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM
NIDN.0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMBELI BERAS DI PERUM BULOG DIVRE
NTB**

Oleh:

MUHAMAD HERMAN

NIM. 21512A0037

Pada tanggal, 08 Agustus 2019

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik

Tim Penguji :

1. **Drs. H. Mohammad Junaidi, MM**
NIDN.0807066201

PU



2. **Selva, S.E., M.Sc**
NIDN.0811118601

PP



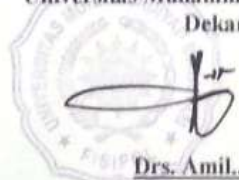
3. **Dedy Iswanto, S.T., M.M**
NIDN.0818087901

PN



Mengetahui:

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan**



Drs. Amil, M.M
NIDN.0831126204

SURAT KEASLIAN TULISAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah ini :

Nama : Muhamad Herman

Nim : 21512A0037

Konsentrasi : Enterpreuneur

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Konsumen
Untuk Membeli Beras Di Perum Bulog Divre NTB

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri sepanjang pengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang tidak dipaksakan

Mataram, 22 Agustus 2019

Peneliti,



Munamad Herman
NIM.21512A0037

RIWAYAT HIDUP

3x4

Penulis Lahir di Lombok Timur Desa Bagik nyaka Pada tanggal 11 Pebruari 1996,Sebagai Putra Pertama dari pasangan Bapak H. Akmal Haerudin dan Ibu Hj Maryam. Penulis Menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 01 Aikmel dan lulus Padatahun 2008.

Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP 01 Aikmel Lulus padatahun 2011, dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 01 Wanasaba Lulus pada tahun 2014.Tahun 2015, penulis mengikuti tesmasuk perguruan tinggi dan terdaptar sebagai mahasiswa strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.



MOTTO

**”Hai orang-orang yang beriman,
jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah
berserta orang-orang yang sabar”**

(Al-Baqarah:153)

Keberhasilan adalah sebuah proses. Yakin adalah kunci jawaban dari segala permasalahan. Perjuangan adalah bukti bahwa engkau belum menyerah. Niat dan tekad mu adalah awal keberhasilan. Lelah dan keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah penawarnya. Doamu dan doa orang-orang disekitarmu adalah bara api yang mematangkannya. Kegagalan disetiap langkahmu adalah pengawetnya. Maka dari itu bersabarlah! Allah selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam poses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana cara mensyukuri arti sebuah keberhasilan



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

Ibunda Hj Maryam dan ayahanda H Akmal Hazrudin tercinta, sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersampaikan karya tulis ini kepada Ibunda Hj Maryam dan Ayahanda H Akmal Hazrudin yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini langkah awal membuat ibunda Hj Maryam dan ayahanda H Akmal Hazrudin bahagia. Saya mengucapkan banyak terimakasih kepada Muhamad Nurhuda, Iqbal Ahmad Fawaid, Slamet Qurniadi, Sopian Rizki, Muhamad Rizaril Ansor, Muhamad Ridwan Hadi dan semua teman seperjuangan yang penulis sayangi, yang selalu memberikan semangat dan saling mendoakan agar penulis dapat menyelesaikan kuliah dan seluruh keluarga yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu.



ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTOR THAT INFLUENCE CONSUMERS DECISION TO BUY RICE (Case Study At The National Logistics Agency's NTB)

Oleh :

MUHAMAD HERMAN

ABSTRAC

Indonesia is an agricultural country that is rich in natural resources and has extensive land availability to support agricultural activities. The agricultural sector is an important sector in efforts to meet the food needs of the population of Indonesia. Rice is a staple food that is needed by every human being every day.

BULOG (Logistics Business Entity) is a state-owned public company engaged in food logistics. Many factors influence consumer purchasing decisions, so that in this study the problems to be examined, cultural, social, personal, psychological factors that influence consumer purchasing decisions. This study uses quantitative research, looking for a significant level of influence as far and simultaneous on consumer purchasing decisions on BULOG (Logistics Business Entity), with the number of respondents 50 consumers, with data processing multiple linear regression analysis. Based on the results of the discussion of the F test analysis of cultural, social, personal and psychological factors jointly influencing the decision to buy rice at BulogDivre West Nusa Tenggara.

Based on the results of the discussion of the T test analysis of cultural, social, personal variables does not affect consumer purchasing decisions because it is seen from the results of the t count smaller than t table. While psychological variables significantly influence purchasing decisions, because t count is greater than t table with a significant level of 0.021.

Keywords: Culture, Social, Personal, Psychological and purchasing decisions.

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BERAS DI PERUM BULOG DIVRE NTB

Oleh :

MUHAMAD HERMAN

ABSTRAK

Indonesia merupakan Negara agraris yang kaya sumber daya alam dan mempunyai ke tersediaan lahan yang luas untuk menunjang kegiatan pertanian. Sekto rpertanian merupakan sektor penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan bahan pangan penduduk Indonesia. Beras adalah bahan pangan pokok yang sangat di perlukan oleh setiap manusia dalam setiap harinya.

BULOG (Badan Usaha Logistik) adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dalam penelitian ini masalah yang akan diteliti, faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, mencari tingkat pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada BULOG (Badan Usaha Logistik), dengan jumlah responden 50 konsumen, dengan pengolahan data analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pembahasan analisis uji F factor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di Perum Bulog Divre Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan hasil pembahasan analisis uji T variable budaya, sosial, pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena dilihat dari hasil t hitung lebih kecil dari t tabel. Sedangkan variabel psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, karena t hitung lebih besar dari t table dengan taraf signifikan 0,021.

Kata kunci: Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis serta sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW karena berkat perjuangan dan pengorbanannya, sampai pada saat ini kita tetap berada pada jalan yang benar dan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Beras Di Perum Bulog Divre NTB”** dapat terselesaikan sebagaimana mestinya, sebagai prasyarat untuk mendapat gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, saran-saran, informasi, tenaga, dan pikiran. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku rector Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. H. M. Junaidi, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus pembimbing utama.
3. Ibu Mardiah, S.Sos, M.Si selaku wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku wakil dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

5. Bapak Lalu Hendra Maniza S.Sos.,MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Ibu Selva, S,E., M.Sc selaku pembimbing pendamping yang telah banyak membantu, membina, serta membimbing dengan penuh keikhlasan.
7. Seluruh staf pengajar dan karyawan dilingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
8. Serta ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, *Amin yarabbalamin.*

Mataram, Agustus2019

Penulis,

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN

- | | |
|----------------------------|---|
| A. LatarBelakang | 1 |
| B. RumusanMasalah | 3 |
| C. TujuanPenelitian | 4 |
| D. ManfaatPenelitian | 5 |

E. Manfaat Teoritis	5
F. Manfaat Praktis	5
G. Manfaat Akademis	5

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
B. Landasan Teori	8
a. Konsumen	8
b. Pembelian	9
c. Keputusan Pembelian	11
C. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	14
D. Kerangka Berpikir	20
E. Hipotesis	21

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	23
B. Lokasi Penelitian	23
C. Teknik Pengumpulan Data	23
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
a. Populasi	25
b. Sampel	25
E. Jenis dan Sumber Data	26
1. Jenis Data	26
2. Sumber Data	26
F. Operasional Variabel	27
G. Teknik Analisis Data	29
a. Uji Instrumen Penelitian	29
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas	30
3. Analisis Regresi Linier Berganda	31
4. Uji Hipotesis	31
a. Uji T (Parsial)	31
b. Uji F (Simultan)	32
c. Koefisien Determinasi	32

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

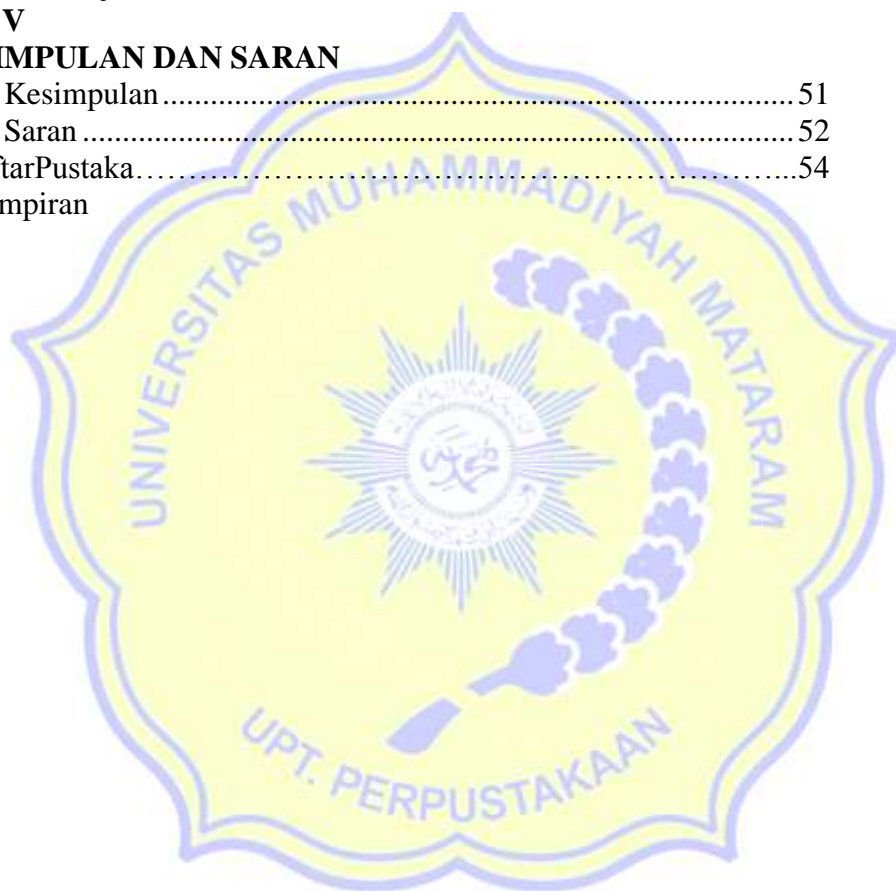
A. Gambaran Umum Perum Bulog	34
1. Sejarah Perkembangan Bulog	34
2. Lokasi Perusahaan	35
B. Hasil penelitian	37

1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
a. Jenis Kelamin	37
b. Usia.....	37
c. Pekerjaan	38
d. Pendidikan Terakhir.....	39
2. Uji validitas	39
3. Uji Reliabilitas	42
4. Analisis Regresi Linier Berganda	44
1. Hasil Pengujian Uji t	45
2. Hasil Pengujian Uji F.....	49
3. Uji Determinasi (R^2).....	50

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	51
B. Saran	52
Daftar Pustaka	54
Lampiran	



DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan di Perum BULOG Divre NTB periode 2017-2018 .3	
2.1 PenelitianTerdahulu.....6	
3.1.Operasional variabel 27	
a. RespondenMenurutJenisKelamin 37	
b. RespondenMenurutUsia..... 37	
c. RespondenMenurutPekerjaan 38	
d. RespondenBerdasarkanPendidikanTerakhir 39	
e. HasilPengujianValiditasVariabelKebudayaan (X1) 40	
f. HasilPengujianvaliditas Variable Sosia l (X2)..... 41	
g. HasilPengujianvaliditas Variable Pribadi (X3)..... 41	
h. HasilPengujianvaliditas Variable Psikologis (X4)..... 42	
i. HasilPengujianvaliditas Variable KeputusanPembelian (Y) 42	
j. HasilPengujianReliabilitasVariabelkebudayaan (X1) 43	
k. HasilPengujianReliabilitasVariabelSosial (X2)..... 43	
l. HasilPengujianReliabilitasVariabelPribadi (X3) 43	
m. HasilPengujianReliabilitasVariabelPsikologis (X4) 44	
n. HasilPengujianReliabilitasVariabelPribadi (Y) 44	
o. HasilPerhitunganRegresi..... 45	
p. HasilTabelUji F (Simultan)..... 49	
q. HasilUjiDeterminasi (R^2)..... 50	



DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Berpikir 20



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya sumberdaya alam dan mempunyai ketersediaan lahan yang luas untuk menunjang kegiatan pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan bahan pangan penduduk Indonesia. Adanya pembangunan pertanian berarti telah memberikan sumbangan yang besar dalam pembangunan nasional, baik langsung maupun tidak langsung. Selain itu pembangunan pertanian akan mendukung upaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan yang ditunjang, oleh adanya peranan industri pengolahan pangan sehingga akan dapat menyediakan kebutuhan pangan baik dalam bentuk makanan maupun minuman (Husodo, 2004).

Beras adalah bahan pangan pokok yang sangat di perlukan oleh setiap manusia dalam setiap harinya. Beras merupakan hasil pengolahan dari padi yang memiliki sumber karbohidrat tertinggi dibandingkan bahan pangan yang lainnya, hal ini menjadikan beras sebagai bahan pokok pangan utama manusia, terutama masyarakat Indonesia.

Meningkatnya jumlah penduduk yang terjadi pada hampir seluruh wilayah Indonesia menjadi ancaman terhadap persediaan pangan pokok. Semakin banyak penduduk yang ada pada setiap wilayah maka persediaan pangan di tingkat nasional dan regional semakin meningkat. Untuk memenuhi persediaan pangan beras demi kebutuhan masyarakat dan juga kestabilan harga beras maka pemerintahan membentuk suatu badan logistik yang disebut dengan BULOG

(Badan Usaha Logistik) yang berperan penting dalam mengatur pemasokan beras, stok beras, persediaan maksimum minimum, harga beras, dan lain- lain.

BULOG (Badan Usaha Logistik) adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis perusahaan milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) ini meliputi usaha logistik atau pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran.

Sebagai perusahaan yang tetap mengemban tugas publik dari pemerintah, BULOG tetap melakukan kegiatan menjaga harga dasar pembelian (HDP) untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (Raskin) dan pengelolaan stok pangan. Tugas pokok BULOG sesuai keputusan presiden (keppres) No 50 tahun 1995 adalah mengendalikan harga dan mengelola persediaan beras, gula, gandum, terigu, kedelai, pakan dan bahan pangan lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam rangka menjaga kesetabilan harga bahan pangan bagi produsen dan konsumen serta memenuhi kebutuhan pangan berdasarkan kebijaksanaan. Berikut tabel data penjualan di BULOG NTB :

Tabel 1.1
Data Penjualan di Perum BULOG Divre NTB periode 2017-2018

Bulan	Tahun	
	2017	2018
Januari	Rp 155.578.750	Rp 1.245.839.450
Februari	Rp 4.594.351.150	Rp 5.146.955.500
Maret	Rp 6.666.351.150	Rp 1.279.037.000
April	Rp 7.737.775.700	Rp 8.375.432.650
Mei	Rp 10.396.327.700	Rp 24.711.333.750
Juni	Rp 422.951.500	Rp 15.701.521.900
Juli	Rp 5.337.904.950	Rp 21.039.426.850
Agustus	Rp 2.425.096.850	Rp 32.109.878.550
September	Rp 5.235.991.325	Rp 38.370.010.050
Oktober	Rp 13.026.480.765	Rp 41.164.639.950
November	Rp 4.604.596.890	Rp 44.016.213.050
Desember	Rp 49.728.118.240	Rp 46.479.841.550
Total	Rp 110.331.524.970	Rp 279.640.130.250

Sumber : Data Perum Bulog Divre NTB 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui tingkat penjualan di Perum Bulog Divre (Divisi Regional) NTB (Nusa Tenggara Barat) pada dua tahun terakhir, yaitu dari tahun 2017 sampai dengan 2018 mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 tingkat penjualan Rp. 110.331.524.970, tahun berikutnya mengalami kenaikan mencapai Rp 279.640.130.250. Bisa dibilang sampai tingkat pertumbuhan mencapai 100%.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Beras Di Perum BULOG Divre NTB**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas maka perumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar faktor budaya mempengaruhi keputusan pembelian di Perum Bulog Divre NTB?

2. Seberapa besar faktor sosial mempengaruhi keputusan pembelian di Perum Bulog Divre NTB?
3. Seberapa besar faktor pribadi mempengaruhi keputusan pembelian di Perum Bulog Divre NTB?
4. Seberapa besar faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian di Perum Bulog Divre NTB?
5. Sebearapa besar faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, mempengaruhi keputusan pembelian secara simultan di Perum Bulog Divre NTB?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar faktor budaya mempengaruhi keputusan pembelian beras di Perum Bulog Divre NTB.
2. Untuk mengetahui seberapa besar faktor sosial mempengaruhi keputusan pembelian beras di Perum Bulog Divre NTB.
3. Untuk mengetahui seberapa besar faktor pribadi mempengaruhi keputusan pembelian beras di Perum Bulog Divre NTB.
4. Untuk mengetahui seberapa besar faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian beras di Perum Bulog Divre NTB.
5. Untuk mengetahui seberapa besar faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, mempengaruhi keputusan pembelian secara simultan di Perum Bulog Divre NTB?

D. Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritis, praktis, maupun secara akademis. Secara umum manfaat penelitian ini dibedakan menjadi tiga, yaitu secara teoritis, praktis, maupun secara akademis.

E. Manfaat Teoritis

Secara teoritis sebagai salah satu sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya di bidang Administrasi Bisnis.

F. Manfaat Praktis

- 1) Masyarakat, sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengetahui sebuah produk yang baik.
- 2) Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya.

G. Manfaat Akademis

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Administrasi Bisnis

BAB II KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman dan acuan penulis untuk penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang
1.	Ritawati Tedjakusuma, Sri Hartini, dan Muryani (2014)	“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian Air Mineral Di Kotamadya Surabaya”.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu objek penelitiannya pada konsumen di Surabaya, sedangkan objek penelitian sekarang ini adalah konsumen pada NTB. selain itu, terletak perbedaan pada variabel X yang diteliti, yakni variabel produk, harga dan kualitas dan variabel, dalam penelitian sekarang tidak membahas mengenai variabel tersebut. Persamaannya yaitu terletak pada variable Y yang diteliti yaitu sama-sama membahas mengenai

			keputusan pembelian.
2.	Sujoko (2011)	“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemakaian jasa warnet dikota Jember “	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu, objek penelitiannya di kota Jember, sedangkan penelitian sekarang ini di NTB. Selain itu variabel penelitian terdahulu ada 8 sedangkan penelitian sekarang hanya ada 5 variabel. Adapun persamaannya adalah penelitian terdahulu dan sekarang membahas faktor budaya.
3.	Endang Puji Widayati (2012)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Minyak Goreng Di Surabaya	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu, objek penelitiannya di kota Surabaya, sedangkan penelitian sekarang ini di NTB. Selain itu variabel penelitian terdahulu ada 3 sedangkan penelitian sekarang ada 5 variabel. Adapun persamaan dalam penelitian terdahulu dan sekarang membahas variabel Budaya, Sosial, Psikologis.
4.	Syehbubakar Syihab (2015)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Samsung	Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, terdapat persamaan menggunakan analisis linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, terdapat objek penelitian yang berbeda yang dimana penelitian terdahulu mengambil handphone sebagai objek, sedangkan penelitian sekarang mengambil beras sebagai objek penelitiannya.

B. Landasan Teori

a. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen dapat dikelompokkan yakni konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk dipakai, melainkan untuk diperdagangkan. Sedangkan pengguna barang adalah konsumen akhir. Yang dimaksud konsumen akhir adalah konsumen akhir memperoleh barang atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain (Suryani, 2003).

Sehingga secara umum, konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Ada dua cara untuk memperoleh barang, yakni:

a. Membeli

Bagi orang yang memperoleh suatu barang dengan cara membeli, tentu ia terlibat dengan suatu perjanjian dengan pelaku usaha, dan konsumen memperoleh perlindungan hukum melalui perjanjian tersebut.

- b. Cara lain selain membeli yakni hadiah, hibah dan warisan. Untuk cara yang kedua ini, konsumen tidak terlibat dalam suatu hubungan kontraktual dengan pelaku usaha. Sehingga konsumen tidak mendapatkan perlindungan hukum dari suatu perjanjian. Untuk itu diperlukan perlindungan dari negara dalam bentuk peraturan yang melindungi keberadaan konsumen.

Menurut Sumarwan (2004), karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen, dan karakteristik demografi konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi, karena konsumen sudah merasa cukup dengan pengetahuannya untuk mengambil keputusan. Konsumen yang mempunyai kepribadian sebagai seorang yang senang mencari informasi, (information seeker) akan meluangkan waktu untuk mencari informasi lebih banyak. Pendidikan adalah salah satu karakteristik demografi yang penting. Konsumen yang berpendidikan tinggi cenderung mencari informasi yang banyak mengenai suatu produk sebelum ia memutuskan untuk membelinya

b. Pembelian

termasuk kegiatan membeli adalah menyewa, menginvestasi, membeli suatu layanan. Membeli adalah suatu proses kegiatan dimana

terjadi intraksi antara dua pihak. Pihak pertama adalah penjual yang menawarkan barang atau layanan, pihak kedua adalah pembeli yang membeli karena membutuhkan. Dalam praktik bisnis saat ini, untuk mendapatkan barang atau layanan, pembeli harus mengeluarkan uang untuk memperolehnya dengan kata lain, pembelian adalah kegiatan pertukaran antara barang atau layanan yang disediakan penjual dengan uang yang dikorbankan pembeli (Istijanto, 2007).

Adapun beberapa tahapan prosedur pembelian menurut Mulyadi (2013:5) adalah sebagai berikut:

1. Prosedur permintaan pembelian

Dalam prosedur ini fungsi gudang mengajukan permintaan pembelian dalam formulir surat penerimaan pembelian kepada fungsi pembelian.

2. Prosedur permintaan penawaran harga pemilihan pemasok

Dalam prosedur ini fungsi pembelian mengirimkan surat penawaran harga kepada para pemasok untuk memperoleh informasi mengenai harga barang dan berbagai syarat pembelian yang lain, untuk memungkinkan pemilihan pemasok yang akan ditunjukan sebagai pemasok barang yang diperlukan oleh perusahaan.

3. Prosedur order pembelian

Dalam prosedur ini fungsi pembelian mengirimkan surat order pembelian kepada pemasok yang dipilih dan memberitahukan kepada unit-unit organisasi lain dalam perusahaan.

4. **Prosedur penerimaan barang**

Dalam prosedur ini fungsi penerimaan melakukan pemeriksaan mengenai jenis, kualitas dan mutu barang yang diterima dari pemasok dan kemudian membuat laporan penerimaan barang untuk menyatakan barang dari pemasok tersebut.

5. **Prosedur pencatatan utang**

Dalam prosedur ini fungsi akuntansi memeriksa dokumen dokumen yang berhubungan dengan pembelian.

6. **Prosedur distribusi pembelian**

Prosedur ini meliputi distribusi rekening yang didebet dari transaksi pembelian untuk kepentingan pembuatan laporan manajemen.

c. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2008: 137), yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

2. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:227) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Menurut Setiadi Nugroho (2003:14-17) proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah pembelian. Dengan demikian keputusan pembelian dapat menjadi ukuran tercapai atau tidaknya tujuan suatu perusahaan.

a. Pengenalan kebutuhan

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.

b. Pencarian informasi

seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

1. Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan kenalan).
2. Sumber komersial (iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran).

3. Sumber umum (media massa dan organisasi konsumen).
4. Sumber pengalaman (pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk).

c. Evaluasi alternative

Tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

d. Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain. Faktor yang kedua adalah faktor yang tak terduga.

e. Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan

memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan. Mereka mungkin akan mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut.

C. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi Nugroho (2003:10) adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain:

1. Faktor Budaya

Menurut Setiadi Nugroho (2003:10), “faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian, faktor budaya ini meliputi; budaya, sub-budaya, dan kelas sosial”.

1. Budaya Setiadi Nugroho (2003:10) mengatakan, budaya merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.
2. Sub-budaya Setiadi Nugroho (2003:10), Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisai yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis : kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

3. Kelas Sosial Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Stratifikasi tersebut kadang-kadang berbentuk sistem kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial. Menurut Setiadi Nugroho (2003:10), kelas sosial adalah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2. Faktor Sosial

Menurut Setiadi Nugroho (2003:11), perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

1. Kelompok Acuan

Menurut Setiadi Nugroho (2003:11), kelompok acuan seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan, sedangkan kelompok yang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok aspirasional.

2. Keluarga

Menurut Setiadi Nugroho (2003:11), kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah : keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Yang kedua ialah keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

3. Peran dan Status

Menurut Setiadi Nugroho (2003:11), seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3. Faktor Pribadi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pribadi diartikan “manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri)”. Pada hakikatnya, manusia merupakan pribadi yang utuh, khas, dan memiliki sifat-sifat sebagai makhluk individu. Dalam kehidupannya, seorang manusia memiliki kebutuhan yang diperuntukkan bagi kepentingan pribadinya. Kehidupan pribadi tersebut merupakan kebutuhan yang utuh dan memiliki ciri yang khusus dan unik. Menurut Setiadi Nugroho

(2003: 11-12), keputusan konsumen dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi; umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga di bentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang biasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya. (Setiadi Nugroho, 2003:11-12)

2. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan dan keadaan ekonomi seseorang mempengaruhi pola konsumsinya. Menurut Setiadi Nugroho (2003:12), “yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung”.

3. Gaya Hidup

Menurut Setiadi Nugroho (2003:12), Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara

keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

4. Kepribadian dan Konsep Diri

Menurut Setiadi Nugroho (2003:12), Yang di maksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

1. Motivasi

Menurut Setiadi Nugroho (2003:12-13), Beberapa kebutuhan bersifat biogenic, kebutuhan ini timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

Teori-teori motivasi :

- a. Teori motivasi Freud, mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku sebagian besar bersifat di bawah sadar.

- b. Teori motivasi Maslow, menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat-saat tertentu.
- c. Teori motivasi Herzberg, mengembangkan “teori motivasi dua faktor” yang membedakan antara faktor yang menyebabkan ketidak puasan dan faktor yang menyebabkan kepuasan.

2. Persepsi

Menurut Setiadi Nugroho (2003:13-14), Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi :

- a. Perhatian yang selektif.
- b. Gangguan yang selektif.
- c. Mengingat kembali yang selektif.

3. Pembelajaran

Saat orang bertindak, mereka bertambah pengetahuannya.

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar dari perilaku manusia merupakan hasil dari belajar. Menurut Setiadi Nugroho (2003:14), proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

4. Kepercayaan dan Sikap

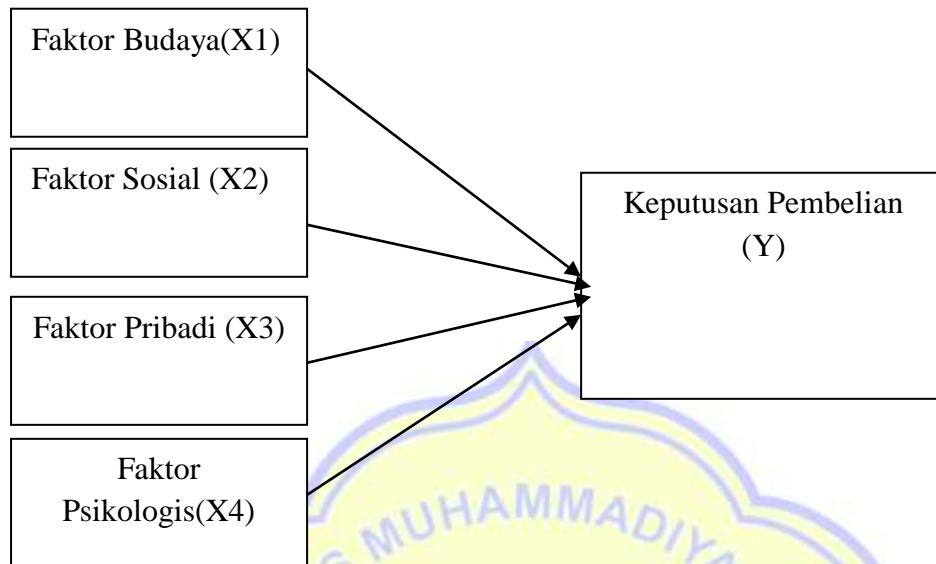
Melalui tindak dan belajar, maka seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Menurut Setiadi Nugroho (2003:14), kepercayaan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2014: 60).



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Keterangan:

→ : Berpengaruh secara parsial

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Di katakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.(Sugiyono,2014)

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas dan sebagai jawaban sementara terhadap masalah yang diajukan dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

1. Ha: diduga bahwa faktor budaya mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

Ho: diduga bahwa faktor budaya tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

2. Ha: diduga bahwa faktor sosial mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

Ho: diduga bahwa faktor sosial tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

3. Ha: diduga bahwa faktor pribadi mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

Ho: diduga bahwa faktor pribadi tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

4. Ha: diduga bahwa faktor psikologis mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

Ho: diduga bahwa faktor psikologis tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum BULOG Divre NTB.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah suatu penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, yaitu simetris, kausal, dan intraktif (Sedarmayanti dan Syarifudin, 2011: 34).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Perum Bulog Divre Nusa Tenggara Barat Jl. Langko No. 110 Mataram-Nusa Tenggara Barat.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2014: 199).

Pengumpulan data dengan teknik ini yaitu dengan cara membagikan sebuah kertas yang berisikan pertanyaan kepada konsumen mengenai variabel yang akan diteliti guna analisis faktor-

faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli beras di Perum Bulog NTB.

Menurut Riduwan (2013:12) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur.

Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Kurang Setuju (KS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

b. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data tertulis, gambaran umum lokasi penelitian dan catatan-catatan lain yang berhubungan dengan penelitian ini

(Sugiyono, 2014) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang. Untuk memenuhi syarat dari penelitian dokumentasi.

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dari penelitian ini adalah semua pembeli yang tidak dapat dihitung banyaknya.

b. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.

Menurut Sugiyono (2014:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu sendiri. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan model *non-probability sampling* dengan tehnik *purposive sampling* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-

kriteria tertentu (Syofian:2017:33), pada penelitian ini akan diteliti responden yang pernah membeli beras di Perum Bulog NTB minimal 1 kali.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi persyaratan penarikan sampel yang layak, yaitu jumlahnya diantara 30 sampai dengan 500 orang yang diungkapkan oleh Roscou dalam Sugiyono (2014: 90-91).

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data kualitatif adalah data yang berbentuk bukan bilangan (Sedarmayanti dan Syarifudin, 2011: 73). Data kualitatif pada penelitian ini berupa profil perusahaan dan informasi-informasi lain untuk penelitian ini.
- b. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan (Sedarmayanti dan syarifudin, 2011: 73). Data kuantitatif pada penelitin ini adalah berupa hasil atau skor dari jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan besarnya pengaruh dari kelima *variable* yang telah dihitung.

2. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer.

Data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui pihak pertama biasanya dapat melalui angket, wawancara, jajak pendapat dan lain-lain (Sedarmayanti dan Syarifudin, 2011: 73). Data primer pada penelitian ini adalah berupa hasil dari jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan.

F. Operasional Variabel

Operasional variabel penelitian adalah batasan pendefinisian dari serangkaian variabel yang digunakan dalam penulisan penelitian, dengan maksud menghindari kemungkinan adanya makna ganda, sekaligus mendefinisikan variabel-variabel sampai dengan kemungkinan pengukuran dan cara pengukurannya (Hamid, 2007:32). Jadi, operasional variabel merupakan penjabaran atau penjelasan mengenai variabel-variabel yang ada, dan juga merupakan penjelasan-penjelasan mengenai variabel-variabel yang menjadi kajian dalam penelitian tersebut. dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel.

Tabel 3.1
Operasional variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Faktor Budaya (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wilayah Geografis 2. Kebiasaan Mendengar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai Warga Negara Indonesia beras perum Bulog merupakan bahan pangan pokok 2. Di lingkungan konsumen, mereka terbiasa mengkonsumsi beras perum Bulog

Faktor social (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti Teman 2. Pengaruh Keluarga 3. Mengikuti lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teman dan rekan kerja, biasanya mengkonsumsi beras perum Bulog 2. Keluarga biasanya mengkonsumsi beras perum Bulog 3. Para tetangga, biasanya mengkonsumsi beras perum Bulog
Faktor pribadi (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usia 2. Keadaan Ekonomi atau Daya Beli 3. Gaya Hidup 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada usianya, konsumen terbiasa mengkonsumsi beras perum Bulog 2. Berdasarkan pekerjaan, konsumen mampu untuk mengkonsumsi beras Perum Bulog 3. Konsumen selalu mengkonsumsi beras perum Bulog
Faktor psikologis (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi kebutuhan 2. Pengetahuan Tentang Produk 3. pembelajaran 4. Keyakinan dan sikap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen memiliki motivasi yang kuat untuk mengkonsumsi beras perum Bulog 2. konsumen merasa, beras perum Bulog layak untuk dikonsumsi 3. Berdasarkan pengalaman konsumen, beras perum Bulog merupakan beras yang paling tepat untuk saya konsumsi 4. Konsumen akan selalu mengkonsumsi beras perum Bulog

Keputusan pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Pengevaluasian alternative 4. Menentukan pembelian 5. Perilaku setelah pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelum membeli beras di perum Bulog Divre NTB. konsumen menyadari kebutuhan konsumen, hingga konsumen membeli atau mengkonsumsi Produk beras Bulog Divre NTB 2. Ada beberapa tempat pembelian beras sejenis lainnya, namun konsumen memutuskan untuk membeli beras di perum Bulog Divre NTB 3. Konsumen melakukan evaluasi produk sejenis ditempat lainnya, ternyata produk beras di perum Bulog NTB merupakan beras yang paling konsumen sukai 4. Ada beberapa tempat pembelian beras sejenis lainnya, namun konsumen memutuskan untuk membeli di perum Bulog divre NTB 5. Setelah konsumen membeli atau mengkonsumsi beras di Perum Bulog, konsumen membandingkan antara harapan dan kenyataan, ternyata konsumen puas
-------------------------	--	--

G. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut

dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diteliti (Sugiyono, 2014:172).

Setelah membuat kuesioner (instrumen penelitian) langkah selanjutnya adalah menguji apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak. Ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur, yaitu:

Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999 dalam Syofian, 2017)

1. Jika koefisien korelasi *product moment* $> r\text{-tabel} (\alpha : n-2)$ $n =$
jumlah sampel
2. Nilai $\text{sig.} \leq \alpha$

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan test-retest, equivalen, dan gabungan keduanya. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Menurut Siregar dalam Syofian (2017) suatu instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas $> 0,6$.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel indepen minimal dua (Sugiyono,2014: 2).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 = e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

B1, b2, b3, b4, = Koefisien regresi

X1, X2, X3, X4 = Variabel independen

a = konstanta

e = faktorero

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2005: 84) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau $H_0 : b_i = 0$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau $H_0 : b_i \neq 0$. Sebuah variabel dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghazali (2012:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai F lebih besar dari F_{α} ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain kita menerima hipotesis *alternatif*, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen,
2. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut Tabel. Bila nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. (R^2) Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005: 83)

