

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BERAS KHUSUS DI KABUPATEN KLATEN

Febrina Sekar Nurryana, Minar Ferichani, Isti Khomah

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl. Ir. Sutami No. 36A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457

Email: febrinasekar1@gmail.com. Telp. 081327337848

Abstract: This study aims to determine the marketing mix factors considered by consumers and the most dominant variable in purchasing special rice in Klaten Regency. Determination of the location of the study was done *purposive* (intentionally). The sampling method used was *accidental sampling* and the sample used was 100 people. The research data collection technique was carried out through the interview method with a questionnaire tool. The analytical method used is factor analysis using the SPSS application. The variables used in this study consisted of 14 variables, namely X1 color, X2 taste, X3 aroma, X4 grain shape, X5 function, X6 location preference, X7 accessibility, X8 affordable price, X9 price according to ability, X10 price discount, X11 purchase promo, X12 seller service, X13 seller appearance, X14 and payment process. From these variables produce five core factors that make up the purchasing decision. This factor is a product factor with an *eigenvalue* of 3.733; place factor *eigenvalue* of 1,909; promotion and process factors of 1.266; price factor *eigenvalue* of 1.053; and the factor of people with an *eigenvalue* of 1.026. While the dominant variable is considered by consumers by looking at the highest loading factor value in each factor, including variables of taste, accessibility, price discounts, affordable prices, and seller service.

Keywords: Factor Analysis, Marketing Mix, Purchase Decision, Special Rice

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen serta variabel yang paling dominan dalam pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan melalui metode wawancara dengan alat bantu kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor menggunakan aplikasi SPSS. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 14 variabel yaitu X1 untuk variabel warna, X2 rasa, X3 aroma, X4 bentuk bulir, X5 fungsi, X6 preferensi lokasi, X7 aksesibilitas, X8 harga terjangkau, X9 harga sesuai kemampuan, X10 potongan harga, X11 promo pembelian, X12 pelayanan penjual, X13 penampilan penjual, dan X14 proses pembayaran. Dari variabel tersebut menghasilkan lima faktor inti yang membentuk keputusan pembelian. Faktor tersebut adalah faktor produk dengan nilai *eigenvalue* 3.733; faktor tempat dengan *eigenvalue* 1.909; faktor promosi dan proses sebesar 1.266; faktor harga dengan *eigenvalue* 1.053; dan faktor orang dengan *eigenvalue* 1.026. Variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dengan melihat nilai faktor loading tertinggi pada tiap faktornya meliputi variabel rasa, aksesibilitas, potongan harga, harga terjangkau, dan pelayanan penjual.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Beras Khusus

PENDAHULUAN

Tanaman pangan sebagai sumber energi yang memiliki peranan sangat penting. Tanaman pangan menjadi sumber bahan makanan utama seluruh umat manusia. Pada umumnya tanaman pangan mengandung sumber karbohidrat dan protein. Ada beberapa jenis tanaman pangan seperti padi, jagung, kedelai.

Padi terpilih sebagai sumber karbohidrat utama karena padi memiliki kelebihan sifat tanaman jika dibandingkan dengan tanaman sumber karbohidrat lainnya. Kelebihan yang dimiliki tanaman padi antara lain (1) memiliki produktivitas tinggi, (2) dapat disimpan lama, dan (3) lahan sawah relatif tidak mengalami erosi (Fagi dan Irsal 1988).

Tanaman padi menghasilkan beras yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Menurut Ariani (2004), beras harus dipandang sebagai barang kuasi publik yaitu barang kebutuhan masyarakat yang manfaatnya dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat yang tidak saja berfungsi sebagai barang privat tetapi juga barang publik. Banyak kepentingan publik dihasilkan oleh beras, dan beras berperan penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi, dan lapangan kerja.

Beras menjadi sumber energi terbesar bagi penduduk Indonesia, dimana penduduk Indonesia rata-rata setiap hari mengkonsumsi beras yang dihidangkan dalam bentuk nasi. Adanya pertumbuhan penduduk yang masih terus meningkat setiap tahunnya berpengaruh terhadap permintaan beras di Indonesia. Permintaan terhadap beras

digunakan untuk konsumsi sehari-hari oleh masyarakat Indonesia baik untuk konsumsi pribadi di dalam rumah atau untuk diperdagangkan.

Beras memiliki jenis yang sangat beragam seperti beras medium, beras premium, dan beras khusus. Penelitian ini menggunakan jenis beras khusus sebagai obyek penelitian. Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 48/PERMENTAN/PP.130/12/2017 tentang beras khusus yaitu beras yang memiliki sifat atau karakteristik tertentu. Beras Khusus terdiri atas (1) Beras ketan, Beras merah, dan Beras hitam, (2) Beras untuk kesehatan, (3) Beras organik, (4) Beras indikasi geografis, (5) Beras varietas lokal dan (6) Beras tertentu yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri.

Beras khusus memiliki ciri-ciri lebih bersih, tidak ada kulit arinya, lebih putih jika bukan beras merah atau beras hitam, hampir tidak ada biji beras yang rusak, bentuk biji berasnya sama satu dengan yang lain, sangat harum dan teksturnya sangat pulen dan enak saat sudah menjadi nasi. Harga dari beras khusus lebih mahal daripada beras medium dan premium karena klasifikasi dari beras khusus merupakan beras yang memiliki karakteristik tersendiri.

Kabupaten Klaten memiliki beras yang sudah terkenal yang dikategorikan jenis beras khusus yaitu Beras Delanggu yang merupakan produksi petani lokal.

Beras Delanggu dikategorikan dalam beras indikasi geografis yang termasuk dalam jenis beras khusus. Selain Beras Delanggu, adapula jenis beras khusus dari varietas lokal

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

Kabupaten Klaten seperti menthik wangi, menthik susu, pandan wangi, raja lele. Beras merah dan beras organik yang merupakan kategori beras khusus juga diproduksi di Kabupaten Klaten. Banyaknya jenis beras khusus yang beredar di masyarakat akan membuat masyarakat lebih selektif untuk memilih beras mana yang akan dikonsumsi sehari-hari. Hal tersebut berdampak pada keputusan pembelian oleh seseorang terhadap beras khusus yang didasari oleh beberapa faktor yang sangat dipertimbangkan. Faktor-faktor yang dipertimbangkan tersebut disebut dengan faktor bauran pemasaran atau *marketing mix*. Perusahaan beras dapat menggunakan alat analisis pemasaran yakni bauran pemasaran untuk melancarkan target pasarnya yang digunakan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Analisis bauran pemasaran membantu perusahaan atau produsen agar dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen mengenai beras yang dipasarkan. Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Mengetahui faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian produk beras khusus di Kabupaten Klaten, (2) Mengetahui variabel apa saja yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan

dengan situasi yang terjadi dan dialami sekarang, hubungan antar variabel (Subana dan Sudrajat, 2001). Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik *survey*. Metode survei menurut Singarimbun (1995) adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan informasi yang berasal dari responden.

Metode Penentuan Lokasi

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan-pertimbangan pada daerah penelitian (Singarimbun, 1995). Lokasi yang dipilih yaitu Kabupaten Klaten. Berdasarkan perbandingan luas lahan pertanian dengan luas wilayah memiliki presentase lebih dari 60% untuk setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa lahan pertanian khususnya untuk tanaman padi masih sangat potensial karena lahan sawah masih menjadi tumpuan utama sistem produksi padi dengan tanah yang subur dan air yang berlimpah karena terletak diantara gunung berapi dan pegunungan kapur.

Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel penelitian dengan metode *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2001) *accidental sampling* adalah metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai untuk dijadikan sebagai sumber data. Sampel dari metode *accidental sampling* adalah konsumen beras khusus yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti di

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

outlet/pengecer beras dalam wilayah Kabupaten Klaten yang terdiri dari 20 kecamatan yang dinilai mewakili sifat populasi sesuai dengan rancangan penelitian dan bersedia untuk diwawancarai menggunakan kuisioner. Sampel yang diambil sebesar 100 responden.

Metode Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kesahihan setiap butir pertanyaan dalam angket atau kuesioner. Kuesioner yang baik harus dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data yang tepat dan akurat (Echo, 2018). Uji validitas menggunakan *corrected-item total correlation* yang hanya cocok digunakan pada item yang jumlahnya besar. Jika nilai *corrected-item total correlation* r hitung $>$ r tabel (pada $n=30$ yaitu 0,361) maka item pernyataan dalam angket atau kuisisioner dikatakan valid.

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana yang masuk pengujian adalah item yang valid saja (Eka, 2016). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner agar *reliabel* atau handal, dikatakan handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan adalah uji *cronbach alpha*. Item-item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* $>$ 0,7.

Analisis Faktor

Analisis faktor yaitu suatu metode reduksi data untuk menemukan variabel baru yang disebut faktor yang jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah aslinya, yang tidak berkorelasi satu sama lainnya, variabel baru tersebut memuat sebanyak

mungkin informasi yang terkandung di dalam variabel asli (Nia, 2011).

Secara sistematis, analisis faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + a_5X_5 + a_6X_6 + a_7X_7 + a_8X_8 + a_9X_9 + a_{10}X_{10} + a_{11}X_{11} + a_{12}X_{12} + a_{13}X_{13} + a_{14}X_{14} + e$$

a_1 sampai a_{14} ialah koefisien skor faktor bauran pemasaran produk beras khusus di Kabupaten Klaten dan X_1 sampai X_{14} adalah variabel bauran pemasaran beras khusus di Kabupaten Klaten. Tahapan-tahapan dalam analisis faktor yang dikemukakan oleh Simamora (2005) dapat diringkas sebagai berikut (1) Membuat matrik korelasi, analisis faktor yang akurat semua variabel dalam satu kelompok faktor harus berkorelasi. Uji statistik yang digunakan adalah *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dengan kriteria signifikansi variabel diatas 0,5.

(2) Meringkas variabel menjadi faktor-faktor inti, prosedur ini dilakukan untuk meringkas informasi yang terkandung dalam variabel-variabel produk beras khusus secara tepat. Faktor yang ditetapkan berdasarkan *Eigenvalue* bernilai di atas 1. *Eigenvalue* menunjukkan variabel yang dijelaskan oleh faktor. Pada tahap ini faktor-faktor bauran pemasaran yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli beras khusus dapat diketahui. (3) Melakukan rotasi untuk penjelasan faktor, hal ini dilakukan untuk menyederhanakan matrik faktor sehingga mudah untuk diinterpretasikan. Variabel dianggap

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

paling berpengaruh apabila mempunyai nilai *factor loading* tertinggi, sedangkan variabel lain dapat dimasukkan ke dalam faktor jika kriterianya signifikan. Variabel yang terkandung didalam faktor yang paling menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian beras khusus dapat diketahui. (4) Menguji tingkat signifikansi dari *factor loading* dan menamai faktor, tingkat signifikansi *factor loading* yaitu diatas 0,5. Variabel yang mempunyai *factor loading* mendekati 1 dianggap lebih penting. Penamaan faktor dilakukan dengan melihat variabel yang diwakili oleh faktor. Untuk setiap faktor dicari variabel dengan faktor loading tertinggi. (5) Mengetahui variabel yang dominan dipertimbangkan, variabel yang memiliki *factor loading* tertinggi menjelaskan bahwa variabel tersebut dominan menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan membeli beras khusus di Kabupaten Klaten. *Factor loading* adalah korelasi-korelasi sederhana antara variabel-variabel dan faktor-faktor. Semakin besar *factor loading* suatu variabel terhadap suatu faktor, maka semakin besar hubungan suatu variabel terhadap suatu faktor. *Factor loading* dibatasi antara 0,5 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1, semakin besar peranan variabel terhadap faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah 100 konsumen beras khusus diketahui bahwa dari segi jenis kelamin, konsumen laki-laki dan perempuan

memiliki perbedaan yang signifikan dengan persentase 19% laki-laki dan 81% perempuan. Kelompok umur responden mayoritas lansia awal yaitu 46-55 tahun sebesar 40%. Jenis pekerjaan responden didominasi oleh wiraswasta sebesar 42%. Tingkat pendapatan rata-rata perbulan konsumen beras khusus mayoritas diatas Rp 2.500.000 yaitu sebesar 37%.

Informasi Mengenai Pengenalan Produk Kurun Waktu Konsumen Mengkonsumsi Beras Khusus

Mayoritas responden telah mengkonsumsi beras khusus >1-3 tahun sebanyak 45%.

Jenis Beras Khusus yang dikonsumsi

Sebagian besar konsumen mengkonsumsi beras khusus jenis beras varietas lokal sebesar 73%.

Frekuensi Mengonsumsi Beras Khusus Per Hari

Mayoritas responden mengkonsumsi beras khusus per hari yaitu 3 kali sebesar 65%.

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan software aplikasi SPSS bahwa nilai masing-masing butir pernyataan dalam kuisioner yang valid adalah diatas nilai R tabel yaitu 0,361 untuk sampel sebanyak 30. Hasil tersebut membuktikan bahwa semua variabel sebanyak 14 variabel yang akan diteliti terwakili dengan instrumen yang digunakan adalah valid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji realibilitas memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,914 lebih besar dari 0,7 sehingga kuisioner reliable atau dapat dipercaya.

Hasil Analisis Faktor

Tabel 1. Hasil Analisis Faktor

Faktor	Nama Faktor	% of Var	Cumulative Total Var %	Variabel	Factor loading	Eigen Value
1	Produk	26,661	26,661	Warna Rasa Aroma Bentuk bulir Fungsi	0,833 0,852 0,782 0,612 0,628	3,733
2	Tempat	13,638	40,299	Preferensi Lokasi Aksesibilitas	0,717 0,770	1,909
3	Promosi dan Proses	9,045	49,344	Potongan harga Promo pembelian Proses pembayaran	0,674 0,609 0,669	1,266
4	Harga	7,524	56,867	Harga terjangkau Harga sesuai kualitas	0,804 0,582	1,053
5	Orang	7,328	64,196	Pelayanan penjual Penampilan penjual	0,689 0,580	1,026

Sumber: Analisis Data Primer, 2019

Hasil analisis faktor menunjukkan dari 14 variabel menghasilkan 5 faktor inti dengan presentase total varian sebesar 64,196 % yang artinya kelima faktor yang terbentuk ini dapat menjelaskan sebesar 64,196% dari total keragaman faktor yang terbentuk sisanya sebesar 35,804% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Faktor Produk

Faktor produk memiliki presentase total varian tertinggi yaitu 26,661%, artinya faktor produk yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten. Terdapat lima variabel yang membentuk faktor produk yaitu variabel warna, rasa, aroma, bentuk bulir, dan fungsi. Faktor

produk menjadi faktor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen untuk keputusan pembelian beras khusus karena produk merupakan penentu utama bagi konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Konsumen melihat produk dari kualitasnya dan untuk produk beras khusus konsumen melihat kualitas tersebut dari segi warna harus bersih bebas dari kutu atau kotoran lainnya, rasa nasi yang dihasilkan dari beras tersebut pulen dan enak, aroma beras terbebas dari bau apek, bentuk bulir berisi dan tidak pecah-pecah, serta fungsi dari mengkonsumsi beras khusus untuk memperhatikan kesehatan. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong (2008) bahwa produk barang atau jasa akan berimplikasi pada manfaat yang

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

akan didapat konsumen terhadap produk yang dibeli. Faktor produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena unsur-unsur dari produk yang dipresepsikan sangat penting oleh konsumen dan hal tersebut dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptjono, 2008). Variabel rasa memiliki *factor loading* paling besar yaitu 0,852 dibandingkan variabel-variabel lainnya yang terkandung dalam faktor produk. Rasa nasi yang dihasilkan dari beras khusus menjadi hal yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Rasa nasi yang enak dan pulen serta tidak pera menjadi ciri khas tersendiri dari beras khusus.

Faktor Tempat

Faktor kedua yang terbentuk yaitu faktor tempat dengan presentase total varian 13,638%. Faktor tempat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten memiliki dua variabel yang terkandung, yaitu variabel preferensi lokasi dan aksesibilitas. Faktor tempat menunjukkan bahwa dengan akses yang mudah untuk melakukan pembelian beras serta lokasinya yang relatif strategis dan dekat dengan rumah konsumen menjadi hal yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten. Pemilihan lokasi menjadi pertimbangan penting dalam melakukan usaha. Pada umumnya lokasi erat kaitannya dengan dekatnya pada pusat keramaian, aman, tersedia parkir yang memadai, dan dapat dijangkau dengan mudah dengan biaya transportasi yang murah, dan dekat dengan rumah

konsumen akan lebih disukai oleh konsumen. Aksesibilitas menjadi variabel yang paling dominan dalam faktor tempat karena memiliki *factor loading* sebesar 0,770. Aksesibilitas menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras karena lokasi yang mudah dijangkau, dekat dengan konsumen serta tempat penjualan dapat dengan mudah diakses menggunakan transportasi umum ataupun pribadi dengan biaya yang murah. Hal ini memudahkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus serta membawa beras tersebut kembali ke rumah.

Faktor Promosi dan Proses

Faktor ketiga yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus yaitu faktor promosi dan proses dengan presentase total varian 9,045%. Variabel yang membentuk faktor promosi dan proses yaitu potongan harga, promo pembelian dan proses pembayaran. Faktor promosi dan proses menjadi pertimbangan konsumen karena promosi menjadi daya tarik konsumen untuk membeli dan yang dilakukan produsen beras khusus adanya potongan harga akan membuat konsumen berpikir ulang agar dapat membeli produk tersebut serta promo pembelian jika membeli beras minimal 25 kg maka dapat diantarkan ke rumah konsumen. Dan proses pembayaran yang bisa dilakukan tunai maupun kredit menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian beras khusus. Variabel yang paling berperan dalam mempertimbangkan keputusan pembelian beras khusus yaitu potongan harga yang memiliki nilai *factor loading* sebesar 0,674. Untuk membuat konsumen tertarik pada suatu produk

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

promosi harus dilakukan agar konsumen membeli produk tersebut. Cara yang dilakukan dengan memberikan potongan harga agar konsumen bersedia untuk membelinya. Potongan harga dilakukan karena harga dari beras khusus di pasaran relatif sama sehingga dengan adanya potongan harga akan membuat konsumen memiliki daya tarik untuk membeli beras khusus.

Faktor Harga

Faktor keempat yang terbentuk yaitu faktor harga dengan nilai presentase total varian 7,524%. Faktor harga memiliki variabel yang membentuk faktor tersebut yaitu variabel harga terjangkau dan harga sesuai kualitas. Harga menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten dikarenakan kesesuaian harga terhadap manfaat dari produk yang dibeli menjadi perhatian konsumen. Khusus. Konsumen akan memiliki rangsangan dan daya tarik untuk melakukan keputusan pembelian beras khusus karena beras tersebut memiliki ciri khas dan kualitas yang berbeda dari beras lainnya dengan melihat tampilan biji beras yang lebih berisi dan juga butir patah yang sangat minim dibandingkan beras lainnya serta kualitas rasa yang lebih pulen dan enak sehingga konsumen merasa sebanding dengan nilai dalam arti harga yang harus dibayarkan dengan manfaat yang diterimanya. Harga dari produk pada tingkat tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibeli dalam hal ini beras khusus maka manfaat yang didapat yaitu rasa nasi yang dihasilkan dari beras khusus lebih pulen dan enak serta jika keputusan pembelian beras khusus yang diambil adalah jenis beras organik maka

manfaat yang didapat kesehatan lebih diperhatikan maka konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang didapat sebanding atau bisa juga lebih tinggi dari nominal uang yang telah dikeluarkan.

Variabel harga terjangkau memiliki nilai *factor loading* sebesar 0,804 lebih besar jika dibandingkan dengan variabel penyusun lainnya. Konsumen akan sensitif dalam menanggapi tingkat penetapan harga yang diterapkan pada produk tersebut dalam hal ini beras khusus. Jika harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas yang diterima, maka konsumen akan dengan cepat menyadari hal tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Leliana dan Suryandari (2004) bahwa konsumen memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam melihat harga dari suatu produk. Harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan mengakibatkan keputusan pembelian.

Faktor Orang

Faktor orang merupakan faktor kelima yang terbentuk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus di Kabupaten Klaten. Faktor orang memiliki presentase total varian sebesar 7,328%. Variabel yang membentuk faktor ini adalah pelayanan penjual dengan nilai *factor loading* 0,689 dan penampilan penjual memiliki *factor loading* 0,580. Orang yang dimaksud adalah penjual yang melayani konsumen dalam melakukan transaksi pembelian beras. Dalam melakukan pembelian beras khusus konsumen juga memperhatikan pelayanan dan penampilan dari penjual tersebut. Pelayanan yang dilakukan dapat berupa ketepatan dalam memberikan produk,

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

keramahan dan kesopanan dalam melayani konsumen, serta penampilan yang pantas dan sesuai dengan situasi dan kondisi menjadi alasan konsumen melakukan keputusan pembelian beras khusus. Pelayanan penjual memiliki *factor loading* yang paling besar yaitu 0,689, dengan demikian variabel ini menjadi dominan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian beras khusus. Pelayanan dari penjual kepada konsumen yang ramah, sopan, dan juga tepat menjadi nilai tersendiri bagi konsumen. Konsumen merasakan kenyamanan saat melakukan transaksi pembelian karena penjual memberikan pelayanan yang baik. Sejalan dengan pendapat Kotler (2002) bahwa pelayanan merupakan perilaku produsen atau penjual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mencapai kepuasan yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri. Perilaku produsen atau penjual terhadap konsumen dapat terjadi saat, sebelum ataupun sesudah transaksi. Pada dasarnya pelayanan yang maksimal akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan serta pembelian ulang yang lebih sering.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: (1) faktor- faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian beras khusus adalah faktor produk, faktor tempat, faktor promosi dan proses faktor harga dan faktor orang (2) Variabel-variabel yang paling dominan dari kelima faktor inti yang terbentuk variabel rasa, aksesibilitas, potongan harga, harga terjangkau dan pelayanan penjual. Saran

yang dapat diberikan adalah: (1) sebaiknya perlu menjaga kualitas dari beras khusus dengan cara mempertahankan konsistensi isi dari beras khusus berdasarkan jenis varietasnya sehingga produk yang diterima konsumen kualitasnya tetap terjaga dan saat sudah dimasak rasa nasi yang dihasilkan menjadi lebih pulen dan enak, (2) sebaiknya penjual dapat menambah toko/outlet beras keluar daerah atau dengan kata lain melakukan ekspansi/perluasan pasar, (3) sebaiknya penjual dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk beras khusus agar konsumen lebih mudah mengetahui beras khusus dan lebih mudah untuk mendapatkannya, (4) sebaiknya membuat variasi ukuran *packaging* beras khusus untuk 1kg, 2kg, 5kg sampai dengan 25kg agar seluruh lapisan masyarakat dapat membeli beras khusus dengan harga yang lebih murah karena tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak, (5) sebaiknya membuat stimulasi pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga konsumen akan merasa dihargai saat melakukan transaksi pembelian beras khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani. 2004. *Dinamika Konsumsi Beras Rumah Tangga dan Kaitannya dengan Diversifikasi Konsumsi Pangan, Ekonomi Padi dan Beras Indonesia*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Echo Perdana. 2018. Technology Acceptance Model (TAM) of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Applications. *Integrated Journal of Bussiness and Economics* 2549-3280.

Febrina Sekar : Analisis Bauran....

- Eka, Wulansari. 2011. Analisa Sistem Informasi Upload Promosi Harga Menggunakan SAP Terhadap Kepuasan Pengguna Pada PT Hero Supermarket Tbk. *Jurnal Khatulistiwa Informatika, Vol. 4 No. 1.*
- Fagi dan Irsal. 1988. Lingkungan Tumbuh Padi (Buku 1). Pusat Penelitian Dan Pengembangan Tanaman Pangan Bogor. Bogor.
- Kementan. 2017. Permentan Nomor 48/PERMENTAN/PP.130/12/2017.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* Edisi Millenium Jilid 2. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler & Amstrong G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Leliana dan Suryandari. 2004. Persepsi Harga dalam Perilaku Belanja Konsumen (Studi Kasus pada Perusahaan Ritel di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen, Vol 4, No. 2.*
- Nia Budi 2011. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemakaian Produk Layanan Seluler Dengan Mempertimbangkan Aspek 7P'S Of Marketing (Studi Kasus: PT. Telkom Area Blora). *Ejournal Undip Vol VI No. 2.*
- Simamora B. 2005. *Ananlisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Subana dan Sudrajat. 2001. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Startegi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset