

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS  
MERAH ORGANIK PADA RMU PENGGILINGAN PADI  
ORGANIK DI KECAMATAN BATANG ANAI KABUPATEN  
PADANG PARIAMAN**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2017**

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS MERAH ORGANIK PADA RMU PENGGILINGAN PADI ORGANIK DI KECAMATAN BATANG ANAI KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen beras merah organik dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras merah organik pada RMU Penggilingan Padi Organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan April-Mei 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan secara *insidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, mayoritas responden beras merah organik adalah laki-laki, berumur 41-50 tahun, status pernikahan menikah, jumlah anggota keluarga 4-5 orang, pendidikan terakhir SMA dan perguruan tinggi yaitu Diploma/Sarjana, pekerjaan PNS dan pendapatan per bulan Rp. 2.500.000 s/d Rp. 3.500.000. Berdasarkan hasil analisis nilai R Square atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,571. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan yaitu  $Y = 5,384 + 0,075X_1 + 0,048X_2 + 0,190X_3 + 0,582X_4$ . Nilai dari uji F didapatkan sebesar 8,326 artinya faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji t hanya faktor pribadi dan faktor psikologi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 1,760 dan 3,372. Saran yang dapat diberikan adalah kepada produsen diharapkan terus memberikan informasi mengenai manfaat beras merah organik kepada konsumen serta memperluas pemasaran produk dan bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian lanjutan disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi, Beras Merah, Organik.*

**AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE CONSUMERS  
DECISION IN PURCHASING ORGANIC BROWN RICE IN RICE  
MILLING UNIT FOR ORGANIC RICE IN SUBDISTRICT OF BATANG  
ANAI, PADANG PARIAMAN REGENCY**

**Abstract**

This research aims to describe the consumers characteristics of organic brown rice and analyze factors that influence consumers decision in purchasing organic brown rice at rice milling unit for organic rice in Sub-district of Batang Anai, Padang Pariaman Regency. This research was conducted from April to May 2017. The research used survey method in collecting data from 30 respondents that were selected using accidental sampling method. The research finds that the majority of consumers of organic brown rice are male, age 41-50 years old, married, number of family members are 4-5 people, education attainment was senior high school and diploma/bachelor, sivil servant, and monthly income was Rp 2.500.000.00 – IDR 3.500.000.00. Based on regression analysis, coefficient of determination ( $R^2$ ) of the statistical model is 57.1%. The model equation of the factors that influence the purchasing decision is  $Y = 5.384 + 0.075X_1 + 0.048X_2 + 0.190X_3 + 0.582X_4$ . Furthermore, the value of F test is 8.326, which means cultural factor, social factor, personal factor and psychological factor affect consumers decision in purchasing organic brown rice. Meanwhile, the result of t-test shows that only personal and psychological factors significantly influenced consumers decision in purchasing organic brown rice with the respectively value of 1.760 and 3.372. Based on findings, the producers should keep providing information regarding the benefits of consuming organic brown rice as well as expand the product marketing. Finally for the researchers that interest in conducting advanced research it is advisable to consider other variables beyond the variables that have been described in this research.

*Keywords: Purchasing Decisions, Culture, Social, Personal, Psychological, Brown Rice, Organic.*