

**ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER
DECISIONS IN PURCHASE OF SFSP (Stabilization of Food
Supply and Price) RICE AT THE TRADITIONAL MARKET
PASAR RAYA PADANG CITY**

UNDERGRADUATE THESIS



**FACULTY OF AGRICULTURE
ANDALAS UNIVERSITY
PADANG
2025**

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER DECISIONS IN PURCHASE OF SFSP (Stabilization Of Food Supply and Price) RICE, AT THE TRADITIONAL MARKET PASAR RAYA PADANG CITY

Abstract

SFSP (Stabilization of Food Supply and Price) rice is a government program to ease purchasing power of consumer, especially the lower middle class. However, SFSP rice has experienced fluctuation in sales, inconsistent consumer turnout, and several complaints regarding the quality of product. The study aims to describe characteristics of consumers and analyze factors influence consumers in purchase SFSP rice at Pasar Raya Padang City. Research method used was a quantitative descriptive method with survey approach. Data was collected using questionnaires to 80 respondents selected through the accidental sampling. Data Analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method with SmartPLS3.0 software. The results of the study showed that female respondent dominate consumer characteristics and most respondents are aged 36-50 and have a college education level. Majority of respondents' occupation are housewife and have a monthly income or pocket money between IDR 2,500,000-IDR 3,500,000. The factors that have a significant influence on the decision to purchase SPHP rice at Pasar Raya Padang City are cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, and price factors. Meanwhile, product quality factors and brand image factors do not have a significant influence on the decision to purchase SPHP rice at Pasar Raya Padang City. It is suggested BULOG should maintain the supply so that products are never empty in the market, maintain prices accordance with the Highest Retail Price (HRP), producers must highlight health claims, increase marketing by involving consumers so that the positive image of the product increases in the market and sales of SFSP rice increase.

Keywords: Consumer behaviour, purchasing decisions, SEM-PLS, SFSP Rice

***Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen
dalam Pembelian Beras SPHP (Stabilisasi Pasokan dan Harga
Pangan) di Pasar Raya Kota Padang***

Abstrak

Beras SPHP (Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan) adalah program pemerintah untuk meringankan daya beli konsumen, terutama kelas menengah ke bawah. Namun, beras SPHP mengalami fluktuasi penjualan, jumlah konsumen yang tidak konsisten, dan beberapa keluhan mengenai kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli beras SPHP di Pasar Raya Padang City. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner untuk 80 responden yang dipilih melalui pengambilan sampel secara accidental. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode parsial least square (PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi karakteristik konsumen, sebagian besar responden berusia 36-50 dan memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi. Mayoritas responden adalah ibu rumah tangga dan memiliki pendapatan bulanan atau uang saku antara Rp. 2.500.000-Rp. 3.500.000. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan pada keputusan untuk membeli beras SPHP di Pasar Raya Padang Kota adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor harga. Sementara itu, faktor kualitas produk dan faktor citra merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk membeli beras SPHP di Kota Pasar Raya Padang. Disarankan Bulog harus mempertahankan pasokan sehingga produk tidak pernah kosong di pasar, mempertahankan harga sesuai dengan harga eceran tertinggi (HRP), produsen harus menyoroti klaim kesehatan, meningkatkan pemasaran dengan melibatkan konsumen sehingga citra positif dari peningkatan produk dalam pasar dan penjualan peningkatan beras SPHP.

Kata kunci: Beras SPHP, keputusan pembelian, perilaku konsumen, SEM-PLS