



Analisis Pengaruh Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Kabupaten Kolaka

INFO PENULIS

Edi Usman
Universitas Sains Islam Al Mawaddah
Warrahmah Kolaka
edi.usman92@gmail.com
085756862242

Sumarni
Universitas Sains Islam Al Mawaddah
Warrahmah Kolaka
sumarni97@gmail.com
085214067612

Nirmala
Universitas Sains Islam Al Mawaddah
Warrahmah Kolaka
mumu40675@gmail.com
082346194298

Irmayanti
Universitas Sains Islam Al Mawaddah
Warrahmah Kolaka
irmayanti1396@gmail.com
081944384996

Fahmi Syah
Universitas Sains Islam Al Mawaddah
Warrahmah Kolaka
fahmizah13@gmail.com
082266598167

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 4, No. 3, Desember 2024
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2024 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Usman, E., Sumarni., Nirmala., Irmayanti., & Syah, F. (2024). Analisis pengaruh konsumen terhadap keputusan pembelian beras organik di Kabupaten Kolaka. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4 (3), 2481-2487.

Abstrak

Studi ini mengkaji elemen-elemen yang mempengaruhi minat pembeli terhadap beras organik di wilayah Kabupaten Kolaka. Menerapkan pendekatan kuantitatif, studi ini menganalisis dampak harga, pendapatan, pendidikan, pengetahuan, kualitas, dan kesehatan mempengaruhi keputusan dalam membeli beras organik. Temuan mengindikasikan bahwa pendapatan, kualitas, dan kesehatan produk memiliki dampak penting pada keputusan membeli beras organik. Sementara itu, harga, pendidikan, dan pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang berarti. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan manfaat kesehatan dan kualitas beras organik daripada harganya. Analisis ini menawarkan pengetahuan esensial untuk produsen dan penjual beras organik untuk mengerti aspirasi pengguna dan merumuskan metode penjualan yang sesuai

Kata Kunci: Harga, Pendapatan, Pendidikan, Pengetahuan, Kualitas, Kesehatan, Beras Organik.

Abstract

This study examines the elements that influence buyers' interest in organic rice in the Kolaka Regency area. Applying a quantitative approach, this study analyzes the impact of price, income, education, knowledge, quality and health on the decision to purchase organic rice. Findings indicate that income, quality, and health of the product have an important impact on the decision to purchase organic rice. Meanwhile, price, education and knowledge do not have a significant influence. These findings indicate that consumers consider the health benefits and quality of organic rice more than the price. This analysis offers essential knowledge for organic rice producers and sellers to understand user aspirations and formulate appropriate sales methods.

Keywords: Price, Income, Education, Knowledge, Quality, Health, Organic Rice.

A. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian terhadap kesehatan dan lingkungan telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat.(Nuzulia, 2022). Produk-produk organik, termasuk beras organik, semakin diminati karena dinilai lebih menguntungkan bagi kesehatan dan keberlanjutan daripada produk standar.(Jenderal et al., 2021). Sebagai makanan pokok, beras memegang peranan vital dalam kehidupan sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya bagi penduduknya.(Usman & Rahma, 2024). Beras organik yang dihasilkan tanpa pemakaian pestisida dan bahan kimia buatan ini menawarkan keuntungan kesehatan yang lebih baik serta Mendorong praktik pertanian yang ramah lingkungan.(Manullang, 2023). Kabupaten Kolaka, sebagai salah satu daerah agraris di Indonesia, memiliki potensi besar untuk mengembangkan produksi dan konsumsi beras organik, namun adopsinya di kalangan konsumen lokal masih relatif rendah.(Hasbiadi & Masitah, 2023).

Pilihan konsumen untuk berbelanja beras organik Dipengaruhi oleh banyak faktor yang beragam saling berkaitan.(Dwi susanti et al., 2023). Faktor ekonomi seperti harga dan pendapatan menjadi pertimbangan utama, menyadari fakta bahwa konsumen umumnya harus membayar lebih untuk mendapatkan beras organik dibanding beras biasa.(Nirma, 2019). Selain itu, aspek sosial, termasuk pengaruh dari keluarga, teman, dan kelompok referensi berkontribusi secara substansial dalam membentuk impresi dan tanggapan konsumen mengenai beras organik.(Hudani, 2020). Faktor psikologis, seperti kesadaran akan manfaat kesehatan dan lingkungan, pengetahuan mengenai produk organik, serta persepsi kualitas dan keamanan produk, turut mempengaruhi keputusan pembelian.(Firmansyah, 2018).

Selain faktor-faktor tersebut, situasi pasar dan ketersediaan produk juga memainkan peran yang signifikan.(Permatasari, 2023). Ketersediaan beras organik di pasar lokal, kemudahan akses, serta strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan minat konsumen.(Yulia Sari et al., 2020). Di Kabupaten Kolaka, infrastruktur pemasaran dan distribusi produk organik masih perlu ditingkatkan untuk memastikan produk ini dapat diakses oleh lebih banyak konsumen.(Hasbiadi & Masitah, 2023). Oleh karena itu, memahami secara mendalam aspek-aspek yang memengaruhi keputusan dalam membeli beras organik menjadi sangat penting untuk mengembangkan metode yang sesuai untuk meningkatkan konsumsi beras organik di daerah ini.(Anggraeni et al., 2022).

B. Metodologi

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Kolaka tepatnya di Desa Puuroda, dengan penentuan tempat yang di sengaja (*purposive*). (Sugiono, 2019). Penelitian ini dilakukan antara bulan Mei dan Juli 2023. Cara atau pendekatan yang dilakukan merupakan pendekatan kuantitatif.(Ali et al., 2022). Data kuantitatif merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk numerik, memungkinkan pengukuran dan analisis statistik yang objektif.(SYARI, 2022). Menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 22, data diproses dan dievaluasi, menerapkan pendekatan regresi linear multipel dengan fungsi produksi *Cobb-Douglas*. Informasi dihimpun melalui berbagai metode, termasuk dialog langsung, penelaahan dokumen, pengamatan lapangan, serta penyebaran lembar pertanyaan tertulis. (Prawiyogi et al., 2021). Pemilihan subjek penelitian. (Amin et al., 2023). Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh individu yang berpartisipasi dalam studi yang sedang dilaksanakan.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Harga, Pendapatan, Pendidikan, Pengetahuan, Kualitas Dan Kesehatan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model regresi linear dengan beberapa variabel independen dengan pendekatan *Cobb-Douglas*.(Hastuti et

al., 2022). Analisis data dan bantuan komputer untuk penelitian ini menggunakan perangkat lunak statistik SPSS edisi 22. Informasi lebih rinci dapat ditemukan pada tabel yang telah disajikan.

Temuan Studi Menggunakan Model Regresi Multipel untuk Mengkaji Dampak Faktor Konsumen pada Pilihan Membeli Beras Organik di Wilayah Kolaka

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sign
Konstanta	-1,916	-0,755	0,458
Harga	0,113	0,641	0,529
Pendapatan	0,577	2,603	0,017
Pendidikan	-0,156	-0,818	0,423
Pengetahuan	-0,113	-0,588	0,563
Kualitas	0,406	2,393	0,026
Kesehatan	0,503	2,552	0,019
<i>R-squared</i>	0,550		
F-hitung	4,285		
F-tabel	2,661		
T-tabel	2,073		
Sig	000		
N	28		

Sumber: Data yang diproses dengan SPSS Versi 22, Tahun 2024

Dari informasi yang disajikan dalam tabel tersebut, kita dapat merumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\ln Y = a + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5$$

$$Y = -1,916 + 0,113X_1 + 0,577X_2 - 0,156X_3 - 0,113X_4 + 0,406X_5 + 0,503X_6$$

Interpretasi dampak yang ditunjukkan oleh persamaan regresi tersebut dapat diuraikan seperti ini:

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan analisis yang dilakukan, nilai koefisien determinasi (R^2) dalam studi ini mencapai 0,550 atau 55%. Angka ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor bebas yang digunakan dalam model memiliki kemampuan yang cukup baik untuk menerangkan perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Hasil analisis menunjukkan bahwa lebih dari 50% variasi pada variabel dependen dapat diatribusikan kepada variabel-variabel independen yang diteliti. Secara spesifik, faktor-faktor independen yang mencakup harga, pendapatan, pendidikan, pengetahuan, kualitas, dan kesehatan berkontribusi sebesar 55% terhadap keputusan pembelian beras organik di Kabupaten Kolaka. Sisanya, yaitu 45% variasi, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berada di luar cakupan penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F diaplikasikan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh simultan dari variabel-variabel independen (harga, pendapatan, tingkat pendidikan, pengetahuan konsumen, kualitas produk, dan aspek kesehatan) terhadap keputusan pembelian beras organik. Analisis ini bertujuan menentukan apakah kombinasi faktor-faktor tersebut secara kolektif memiliki dampak substansial pada preferensi konsumen. Interpretasi hasil didasarkan pada perbandingan nilai F hitung dengan F tabel: jika F hitung > F tabel, disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, jika F hitung < F tabel, mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil analisis uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 4,285. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), derajat kebebasan pembilang (df_1) = 5, dan derajat kebebasan penyebut (df_2) = 22, diperoleh nilai F tabel sebesar 2,661. Perbandingan ini menunjukkan bahwa F hitung (4,285) > F tabel (2,661). Berdasarkan temuan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan, variabel-variabel bebas yang diteliti (meliputi harga, pendapatan, tingkat pendidikan, pengetahuan konsumen, kualitas produk, dan aspek kesehatan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, yaitu keputusan konsumen dalam pembelian beras organik.

Koefisien Regresi (Uji T)

Harga (X_1)

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel X_1 (Harga) memiliki nilai signifikansi 0,529, > 0,05. Lebih lanjut, nilai T_{hitung} yang diperoleh adalah 0,641, < T_{tabel} 2,073. Berdasarkan temuan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor harga (X_1) tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Harga tinggi beras organik ternyata tidak menjadi penghalang utama bagi konsumen. Kesadaran akan manfaat kesehatan dan kelestarian lingkungan menjadi faktor dominan. Konsumen rela membayar lebih untuk kualitas premium dan nilai tambah yang ditawarkan. Tren hidup sehat dan makanan organik lebih mempengaruhi pembelian beras organik daripada harganya. Hal ini sesuai dengan temuan

penelitian Ely Kusuma Wardani (2018) dalam (Cahyani, 2019), mengungkapkan bahwa harga tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian, dalam penelitian yang dilakukannya, konsumen lebih mempertimbangkan mutu produk dan reputasi merek daripada harga saat membeli. Ini menunjukkan kualitas dan citra merek lebih penting dalam keputusan pembelian mereka. (Cahyani, 2019).

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hajijah, 2023), Keputusan konsumen untuk membeli beras merah organik Seblang yang diproduksi oleh PT Sirtanio di Desa Sumberbaru, Kabupaten Banyuwangi, ternyata sangat dipengaruhi oleh faktor harga. Penetapan harga yang bersaing tidak hanya membentuk pandangan konsumen tentang nilai produk, tetapi juga menyesuaikan dengan kemampuan finansial mereka. Akibatnya, strategi harga ini menjadi pendorong penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian produk beras merah organik tersebut.

Pendapatan (X_2)

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel X_2 (Pendapatan) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$. Lebih lanjut, nilai Thitung yang diperoleh adalah $2,603 > T_{tabel} 2,073$. Berdasarkan temuan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor pendapatan (X_2) memiliki pengaruh yang berarti terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Pendapatan tidak selalu menentukan pembelian beras organik. Banyak orang memilih beras ini terlepas dari harganya yang lebih tinggi. Kesadaran akan kesehatan dan kualitas makanan menjadi alasan utama. Konsumen dari berbagai tingkat ekonomi rela membayar lebih untuk manfaat yang mereka yakini. Ini menunjukkan bahwa nilai dan keyakinan sering mengalahkan faktor keuangan dalam keputusan pembelian. Ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dadas, et al., 2022), menyatakan bahwa pendapatan memiliki dampak signifikan terhadap pembelian beras organik. Konsumen dengan pendapatan lebih tinggi 1,000 kali lebih cenderung memilih beras organik sebagai makanan pokok dibandingkan dengan konsumen berpendapatan lebih rendah. Ini karena harga beras organik lebih mahal, sehingga konsumen berpendapatan lebih rendah memilih beras anorganik.

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Zamrodah, 2021), analisis statistik terpisah dilakukan untuk menilai relevansi variabel pendapatan dalam model regresi. Hasil analisis menghasilkan nilai t statistik $1,217$ dengan p-value $0,001$, yang berada di bawah ambang batas $0,05$. Nilai kritis t untuk uji satu sisi dengan derajat kebebasan 20 (dihitung dari $n-k-1 = 30-9-1$) adalah $1,725$. Mengingat bahwa t statistik ($1,217$) lebih rendah dari nilai kritis ($1,725$), kita menolak dugaan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya, data tidak mendukung adanya hubungan yang berarti antara tingkat pendapatan dan keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Pendidikan (X_3)

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel X_3 (Pendidikan) memiliki nilai signifikansi $0,423 > 0,05$. Selanjutnya, nilai Thitung yang tercatat adalah $-0,818 < T_{tabel} 2,073$. Berdasarkan temuan-temuan ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan (X_3) tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Beras organik dipilih oleh banyak orang, tidak peduli mereka sekolah tinggi atau tidak. Orang yang tamat SD bisa saja membeli beras organik, begitu juga sarjana. Ini karena informasi tentang beras sehat mudah didapat dari TV, internet, atau teman-teman. Yang penting adalah keinginan untuk hidup sehat, bukan ijazah. Jadi, pendidikan tidak menjadi hal utama saat orang memutuskan untuk membeli beras organik. Ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ar-Rozi et al., 2020), Analisis menggunakan metode *rank spearman* menunjukkan bahwa korelasi antara jenjang pendidikan konsumen dan pandangan mereka terhadap beras organik sangatlah minimal. Hasil ini mengisyaratkan bahwa tingkat pendidikan seseorang hampir tidak mempengaruhi bagaimana mereka memandang atau menilai produk beras organik. Koefisien korelasi hanya $0,078$ pada tingkat kepercayaan 95% . Ini berarti latar belakang pendidikan seseorang hampir tidak mempengaruhi bagaimana mereka memandang beras organik. Faktor-faktor lain mungkin lebih berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap produk ini.

Sementara itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Husaini et al., 2020), hasil penelitian mengindikasikan bahwa persepsi mengenai kualitas dan manfaat beras organik pada kelompok konsumen berpendidikan tinggi cenderung $18,3\%$ lebih positif dibandingkan dengan kelompok konsumen berpendidikan dasar dan menengah. Analisis statistik menggunakan metode korelasi *Rank Spearman* menghasilkan nilai p sebesar $0,030$. Angka ini, yang berada di bawah ambang batas $0,05$, menunjukkan adanya korelasi signifikan antara jenjang pendidikan dan pandangan konsumen terhadap kualitas serta keunggulan beras organik, sehingga hipotesis nol ditolak. Tingkat pendidikan seseorang berpotensi memengaruhi preferensi produk mereka, mengingat bahwa latar belakang pendidikan seringkali membentuk sistem nilai individu, termasuk pola pikir, sudut pandang, dan interpretasi terhadap produk yang mereka konsumsi.

Pengetahuan (X_4)

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel X_4 (Pengetahuan) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,563 > 0,05$. Lebih lanjut, nilai Thitung yang diperoleh adalah $-0,588 < T_{tabel} 2,073$. Berdasarkan temuan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor pengetahuan (X_4) tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras organik.

Pengetahuan mendalam tentang beras organik tidak selalu menentukan keputusan pembelian. Banyak konsumen membeli berdasarkan tren atau rekomendasi, bukan pemahaman ilmiah. Persepsi umum bahwa "organik = sehat" sering cukup untuk mendorong pembelian. Beberapa pembeli bahkan tidak tahu perbedaan pasti antara beras organik dan konvensional. Keputusan lebih dipengaruhi oleh citra produk dan keinginan gaya hidup sehat daripada pengetahuan spesifik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mutiarra & Syahputra, 2018), Hasil analisis statistik menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Nilai t hitung (0,891) lebih rendah dari t tabel (1,985), dan p -value (0,375) melebihi batas signifikansi 0,05. Akibatnya, hipotesis nol tidak ditolak, menandakan kurangnya bukti kuat hubungan antara kedua variabel tersebut. Temuan ini mungkin kontradiktif dengan asumsi umum, memerlukan penelitian lebih lanjut. Dengan kata lain, tingkat pemahaman konsumen tentang produk tidak terbukti menjadi faktor penentu yang signifikan dalam keputusan mereka untuk melakukan pembelian.

Sementara berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Layali, 2021), pemahaman konsumen terhadap produk, yang dikenal sebagai pengetahuan, merupakan elemen krusial yang mencerminkan tingkat penyerapan informasi produk oleh konsumen. Analisis statistik menggunakan metode regresi berganda mengungkapkan bahwa variabel pengetahuan menghasilkan nilai t statistik sebesar 2,064. Angka ini melampaui nilai kritis t tabel yang berada pada 1,667. Lebih lanjut, p -value yang diperoleh adalah 0,043, yang berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Hasil analisis statistik mengindikasikan adanya pengaruh signifikan antara pengetahuan konsumen dan kecenderungan pembelian. Hipotesis nol (H_0) ditolak, sementara hipotesis alternatif (H_1) diterima. Temuan ini menyimpulkan bahwa tingkat pemahaman konsumen tentang produk berperan penting dalam membentuk niat beli mereka. Bukti yang diperoleh menunjukkan hubungan substansial antara kedua variabel tersebut, menegaskan relevansi pengetahuan konsumen dalam proses keputusan pembelian. Dengan kata lain, pemahaman konsumen tentang produk terbukti menjadi faktor yang berperan penting dalam membentuk minat beli mereka.

Kualitas (X_5)

Hasil analisis statistik mengungkapkan pengaruh substansial kualitas terhadap keputusan pembelian beras organik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,026 < 0,05$, serta nilai T hitung $2,393 > T$ tabel $2,073$. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor kualitas berperan krusial dalam mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli beras organik. Implikasinya, aspek kualitas menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk tersebut.

Pilihan pembeli untuk membeli beras organik sangat bergantung pada mutu produk tersebut. Para pembeli cenderung mencari beras yang terbebas dari residu pestisida, memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi, serta cita rasa yang lebih unggul. Konsumen tidak keberatan mengeluarkan biaya lebih tinggi demi memperoleh beras yang dianggap lebih menyehatkan dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu, karakteristik fisik seperti tekstur, aroma, serta ketahanan beras organik juga menjadi faktor penting dalam pertimbangan pembelian. Keunggulan-keunggulan kualitas ini menjadi pendorong utama yang memotivasi konsumen untuk beralih dari konsumsi beras konvensional ke beras organik. Dengan kata lain, superioritas kualitas beras organik menjadi katalis signifikan dalam perubahan preferensi konsumen dari produk beras biasa ke varian organik.

Berdasarkan temuan studi yang telah dilaksanakan oleh (Setyawati et al., 2019), Hasil dari penggunaan model analisis logistik menunjukkan bahwa aspek mutu produk berpengaruh signifikan pada cara konsumen memutuskan untuk membeli. Temuan ini mengindikasikan bahwa produk-produk dengan standar kualitas yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih optimal di kalangan konsumen. Akibatnya, peningkatan rasa puas ini menjadi elemen penting yang menentukan keputusan beli konsumen. Singkatnya, keunggulan mutu sebuah produk bukan hanya memperbaiki pengalaman pemakaian, namun juga berperan penting dalam membentuk kesukaan dan pilihan akhir pembeli untuk mengakuisisi produk itu.

Sedangkan menurut studi yang dijalankan oleh (Dwi susanti et al., 2023). temuan analisis mengindikasikan bahwa aspek mutu tidak memberikan dampak berarti pada cara konsumen memutuskan untuk membeli. Untuk beras organik jenis "Mentik Susu", hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor mutu bukanlah pendorong utama yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian produk ini. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh kenyataan bahwa seringkali konsumen memiliki pemahaman yang terbatas mengenai parameter kualitas dari produk yang mereka beli. Dengan kata lain, keterbatasan pengetahuan konsumen tentang indikator kualitas beras organik "Mentik Susu" menyebabkan faktor ini tidak menjadi pertimbangan krusial dalam keputusan pembelian mereka. Akibatnya, meskipun kualitas mungkin menjadi aspek penting dari produk, hal tersebut tidak terbukti menjadi faktor penentu yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam konteks ini.

Kesehatan (X_6)

Analisis statistik menunjukkan pengaruh signifikan faktor kesehatan terhadap keputusan pembelian beras organik. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$, serta nilai T hitung $2,552 > T$ tabel $2,073$. Temuan ini mengindikasikan bahwa pertimbangan kesehatan memegang peran penting dalam memotivasi konsumen untuk membeli beras organik. Implikasinya, aspek kesehatan menjadi faktor kunci yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih beras organik sebagai pilihan makanan mereka.

Kesehatan menjadi faktor kunci dalam pembelian beras organik. Konsumen semakin sadar akan bahaya residu pestisida pada beras konvensional. Mereka memilih beras organik karena diyakini lebih aman dan bergizi. Kandungan antioksidan yang lebih tinggi dan tidak adanya bahan kimia berbahaya menjadi daya tarik utama. Banyak pembeli rela membayar lebih mahal demi menjaga kesehatan diri dan keluarga. Ini menunjukkan bahwa kesehatan sangat mempengaruhi keputusan pembelian beras organik.

Berdasarkan temuan studi yang dilakukan oleh (Layali, 2021), Ada korelasi signifikan antara tingkat kepedulian konsumen terhadap kesehatan dan ketertarikan mereka pada beras organik. Uji statistik dengan regresi berganda menunjukkan nilai t hitung 2,031 untuk variabel kesadaran kesehatan, melampaui nilai t tabel kritis 1,667. Nilai p yang didapat 0,046, di bawah batas signifikansi 0,05. Hasil ini menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Temuan tersebut menyimpulkan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh nyata terhadap minat beli konsumen. Artinya, makin tinggi kesadaran seseorang akan kesehatan, makin besar pula kemungkinan mereka tertarik membeli beras organik.

Temuan ini juga didukung oleh studi yang dilaksanakan oleh (KARTIKASARI et al., 2019), kesehatan menjadi faktor utama yang mendorong pembelian beras organik. Konsumen memahami pentingnya menjaga kesehatan dan berharap memiliki tubuh yang prima saat memasuki usia senja. Terlebih lagi, seiring menurunnya kondisi fisik dan meningkatnya kerentanan terhadap penyakit, kelompok lanjut usia cenderung beralih ke pola makan sehat yang dapat membantu pemulihan atau mengurangi gejala penyakit yang mereka alami.

D. Kesimpulan

Berdasarkan evaluasi komprehensif terhadap data penelitian, dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan berikut:

1. Model penelitian menjelaskan 55% variasi keputusan pembelian beras organik, berdasarkan nilai R^2 dan *adjusted R square* 0,550.
2. Secara simultan, semua variabel independen (harga, pendapatan, pendidikan, pengetahuan, kualitas, dan kesehatan) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik, dibuktikan melalui uji F.
3. Analisis parsial menunjukkan bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian beras organik secara signifikan.
4. Pendapatan terbukti memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian beras organik.
5. Tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap keputusan pembelian beras organik.
6. Pengetahuan konsumen tidak memiliki efek signifikan pada keputusan pembelian beras organik.
7. Kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik.
8. Faktor kesehatan menunjukkan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian beras organik.

E. Referensi

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anggraeni, A., Zamrodah, Y., & Aditya Prayudi, L. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Beras Organik Di Kabupaten Blitar. *Grafting : Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 12(2), 83–94. <https://doi.org/10.35457/grafting.v12i2.2571>
- Ar- Rozi, M. F., Masitoh, S., & Miftah, H. (2020). ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN BERAS ORGANIK DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA (Kasus Orang Tua Siswa Sekolah Alam Indonesia – Studio Alam, Depok). *Jurnal Agribisains*, 6(2), 89–100. <https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3514>
- Cahyani, A. A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Organik*.
- Dadas, B., Yamin, M., & Lifianthi, L. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Beras Organik di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 79–93. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.8>
- Dwi susanti, I. ayu made, Tamba, I. M., Sukanteri, N. P., Budiasa, I. M., & Jarut, G. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Beras Organik “Mentik Susu” di Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sidan. *Media Agribisnis*, 7(2), 21–32. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v7i2.3815>
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Hajijah, W. (2023). *Pengaruh harga dan brand image terhadap keputusan pembelian beras merah organik merek seblang*. September, 1–198.

- Hasbiadi, H., & Masitah, M. (2023). Pengembangan Pertanian Padi Organik Berbasis Development Strategy Sebagai Upaya Penguatan Pertanian Berkelanjutan Di Kabupaten Kolaka. *Agroteksos*, 33(3), 1026. <https://doi.org/10.29303/agroteksos.v33i3.1001>
- Hastuti, D., Wibowo, H., Subekti, E., & Aditama, P. (2022). ANALISIS PRODUKSI COBB DOUGLAS DENGAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA PADA USAHA TANI BAWANG DAUN (*Allium Fistulosum* L) (STUDI KASUS DESA SIDOMUKTI KECAMATAN BANDUNGAN KABUPATEN SEMARANG). *Mediagro*, 18(1), 89–105. <https://doi.org/10.31942/mediagro.v18i1.6081>
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Husaini, M., Artiningsih, D. W., & Zamilah, E. (2020). Hubungan tingkat pendidikan dan persepsi konsumen tentang kualitas dan manfaat beras organik di Kota Barabai. *Journal Uniska Kediri*, 1(1), 1–8.
- Jenderal, D., Riset, P., Pengembangan, D., Celsya, S., & Ariyanto, H. H. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Organik Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(4), 857–872. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- KARTIKASARI, R. D., PRASETYOWQATI, K., & SUSWADI, S. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 19(2). <https://doi.org/10.36728/afp.v19i2.897>
- Layali, I. (2021). Analisis Pengaruh Knowledge, Health Consciousness DanBauran Pemasaran Terhadap Purchase Intention BerasOrganik. Http://Eprints.lain-Surakarta.Ac.Id/968/1/1.%20Full%20file%20Skripsi_175211058.Pdf.
- Manullang, Y. (2023). ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK (Studi Kasus : Kelompok Tani Subur Dusun II , Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai) SKRIPSI PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK (Studi Kasus : Kelompok. *Skripsi*. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Mutiara, I., & Syahputra. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan Kembelian pada Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 148–160.
- Nirma, K. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Trunojoyo*, 5(2), 67–79.
- Nuzulia, A. (2022). Latar Belakang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Permatasari, A. Y. (2023). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Setyawati, D. R., Sudjoni, & Arifin, Z. (2019). Volume 7 No 1 - Februari 2019 JURNAL SEAGRI Panduan Penulisan Jurnal <http://riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/index>. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(1), 1–12.
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(November 2018), 1–9.
- SYARI, F. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Usman, E., & Rahma, M. (2024). *Analysis of Factors for Increasing Rice Prices in Kolaka Regency*. 3(1), 1–12.
- Yulia Sari, Elly Rasmikayati, Bobby Rachmat Saefudin, Tuti Karyani, & Sulistyodewi Nur Wiyono. (2020). Consumer Willingness To Pay Organic Rice And Factors Relating To Consumer Willingness To Pay More. *Agribusiness Forum*, 10(1), 46–57.
- Zamrodah, Y. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BERAS ORGANIK (Studi kasus di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar). *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 15(2), 49–57. <https://doi.org/10.35457/viabel.v15i2.1771>