

VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Karakteristik Rumah Tangga Konsumen

Pada bagian ini, akan dikemukakan gambaran mengenai karakteristik rumah tangga konsumen. Adapun karakteristik rumah tangga konsumen yang akan dideskripsikan adalah umur dan tingkat pendidikan ibu rumah tangga, kelas sosial rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga, dan merek beras yang dikonsumsi.

6.1.1. Karakteristik Ibu Rumah Tangga Berdasarkan Usia

Usia merupakan karakteristik yang akan mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam mengkonsumsi. Sebaran karakteristik ibu rumah tangga di RW 07 Kelurahan Balearjosari Malang berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Jumlah Ibu Rumah Tangga Berdasarkan Golongan Umur di RW.07 Kelurahan Balearjosari Kota Malang, 2014

Golongan Umur (tahun)	Jumlah Ibu Rumah Tangga (orang)	Persentase (%)
21-30	6	14
31-40	16	39
41-50	8	20
51-60	11	27
Total	41	100

Sumber : Data Diolah, 2014

Berdasarkan tabel 16, dapat dilihat bahwa sebagian besar ibu rumah tangga konsumen berada pada golongan umur 31 - 40 tahun, yaitu sebanyak 39 %, kemudian diikuti oleh ibu rumah tangga golongan umur 51-60 tahun, yakni sebanyak 27 %. Ternyata di RW 7 kelurahan Balearjosari ini, ibu rumahtangga yang termasuk golongan umur 21-30 tahun menempati persentase terendah, yakni sebanyak 14 %.

6.1.2 Karakteristik Ibu Rumah Tangga Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dalam pengambilan keputusan konsumsi akan dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan seseorang. Pengetahuan dapat diperoleh seseorang setelah melalui beberapa tingkatan dalam pendidikan akademik. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka wawasan yang dimiliki akan tinggi.

Orang tersebut akan lebih mudah mencari, menerima, dan mencerna informasi – informasi yang ada. Sebaran ibu rumah tangga konsumen berdasarkan tingkat pendidikan formal yang pernah diselesaikan di RW 7 kelurahan Balearjosari dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Jumlah Ibu Rumah Tangga Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di RW.07 Kelurahan Balearjosari Kota Malang, 2014

Tingkat Pendidikan	Jumlah Ibu Rumah Tangga (orang)	Persentase (%)
Sekolah Dasar	10	24
Sekolah Menengah Pertama	6	15
Sekolah Menengah Atas/ Sederajat	19	46
Perguruan Tinggi/ Diploma	6	15
Total	41	100

Sumber: Data Diolah, 2014

Tabel 17 di atas menunjukkan bahwa mayoritas (46 %) ibu rumah tangga konsumen di RW 7 kelurahan Balearjosari memiliki tingkat pendidikan akhir SMA/Sederajat. Namun pada komunitas ini, persentase ibu rumah tangga yang berpendidikan SD cukup besar, yakni sebanyak 24%. Sedangkan ibu rumah tangga yang berpendidikan Perguruan Tinggi/Diploma sebanyak 15 %.

Pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi proses keputusan pembelian. Dengan pendidikan yang semakin tinggi, konsumen akan lebih cerdas dalam memilih produk yang mereka beli seperti memilih membeli beras yang akan dikonsumsi. Mereka akan lebih selektif dalam membeli beras karena dengan tingkat pendidikan yang mereka miliki, mereka lebih sadar terhadap mutu dan keamanan beras yang mereka konsumsi. Berbeda halnya dengan responden yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah, mereka tidak terlalu selektif dalam membeli beras, menurut mereka hal yang terpenting adalah bagaimana, agar kebutuhan beras mereka sehari – hari tanpa mementingkan mutu dan keamanan beras.

6.1.3 Karakteristik Rumah Tangga Berdasarkan Kelas Sosial

Seperti telah dikemukakan di muka, kelas sosial dalam penelitian ini didasarkan atas 3 indikator, yaitu kelas sosial bawah, kelas sosial menengah, dan kelas sosial atas. Sebaran rumah tangga berdasarkan kelas sosial di RW 7 kelurahan Balearjosari dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Jumlah Rumah Tangga Berdasarkan Kelas Sosial di RW 07 Kelurahan Balarjosari Kota Malang, 2014.

Kelas Sosial	Jumlah Ibu Rumah Tangga (orang)	Persentase (%)
Kelas Bawah	13	32
Kelas Menengah	18	44
Kelas Atas	10	24
Total	41	100

Sumber : Data Diolah, 2014

Pada tabel 18 dapat dilihat bahwa persentase terbesar rumah tangga konsumen berasal dari kelas sosial menengah, yaitu sebanyak 44 % (18 orang) dan rumah tangga konsumen dengan kelas sosial tingkat atas berada pada urutan terakhir yaitu sebanyak 7 orang (24%).

Semakin kelas sosial rumah tangga di RW 07 Kelurahan Balarjosari Malang maka tingkat pengeluaran mereka untuk konsumsi makanan pokok akan berkurang, disamping itu mereka akan lebih selektif dalam membeli kebutuhan pokok untuk konsumsi mereka sehari – hari.

6.1.3 Karakteristik Rumah Tangga Menurut Jumlah Anggota Keluarga

Sebaran rumah tangga berdasarkan jumlah anggota rumah tangga di RW 7 kelurahan Balarjosari dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Rumah Tangga Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di RW 07 Kelurahan Balarjosari Kota Malang, 2014

Jumlah Anggota Rumah Tangga	Jumlah (rumah tangga)	Persentase (%)
1	2	5
2-3	8	20
4-5	29	70
>5	2	5
Total	41	100

Sumber: Data Diolah, 2014

Dapat dilihat pada tabel 12 bahwa rumah tangga konsumen memiliki jumlah anggota keluarga yang bervariasi. Jumlah anggota keluarga ini terdiri dari ayah, ibu, dan anak atau ditambah dengan anggota keluarga lain yang ikut tinggal bersama keluarga tersebut. Mayoritas rumah tangga konsumen memiliki jumlah anggota keluarga 4 – 5 orang yaitu sebesar 70% .

Tingkat konsumsi beras dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga dalam rumah tangga. Pada kelurahan Balearjosari, rumah tangga dengan jumlah anggota dan yang lebih banyak memiliki tingkat konsumsi beras rumah tangga yang tinggi.

6.1.4. Karakteristik Rumah Tangga Menurut Merek Beras Yang Dikonsumsi

Merek beras akan mempengaruhi ibu rumah tangga dalam proses pembelian, masing – masing merek beras memiliki harga, karakteristik produk dan kegunaan yang berbeda – beda. Merek beras juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi. Dapat dilihat pada tabel sebaran merek beras yang di konsumsi rumah tangga di Kelurahan Balearjosari. Sebaran konsumsi rumah tangga beras berdasarkan merek berasnya dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Jumlah Rumah Tangga Berdasarkan Merek Beras Yang Dikonsumsi di RW 07 Kelurahan Balearjosari Kota Malang, 2014

Merek Beras	Jumlah Ibu Rumah Tangga (orang)	Peresentase (%)
Mentik Wangi	1	2
Mentari	27	67
Melon	4	10
Bintang Timur	3	7
Piala	3	7
Merek tidak diketahui (Raskin)	3	7
Total	41	100

Sumber: Data Diolah, 2014

Berdasarkan tabel 19, sebagian besar rumah tangga mengkonsumsi beras dengan merek mentari, dapat dilihat jumlah responden yang mengkonsumsi beras dengan merek mentari sebanyak 27 orang (67%) hal ini dikarenakan beras mentari memiliki harga yang cukup terjangkau bagi masyarakat RW 07 Kelurahan Balearjosari Malang, disamping itu harga dan kualitas beras yang mereka dapatkan sangat sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka dan beras merek mentari sangat mudah ditemui di wilayah Balearjosari, dibandingkan dengan beras merek lain.

6.1.5 Pembelian Beras Berdasarkan Kemasan

Dapat dilihat pada tabel sebaran kemasan yang di konsumsi rumah tangga di Kelurahan Balarjosari. Sebaran pembelian beras berdasarkan jenis kemasan dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. Pembelian Beras Menurut Kemasan di RW 7 Kelurahan Balarjosari, Kota Malang, 2014.

Kemasan	Jumah Ibu Rumah Tangga (orang)	Persentase (%)
Kemasan 10 kg	20	50
Kemasan 25 kg	5	12
Kiloan	13	31
Lain-lain	3	10
Total	41	100

Pada tabel 20, dapat dilihat bahwa sebagian besar (50 %) ibu rumah tangga memilih kemasan beras 10 kg. Hal ini dilakukan karena dengan ukuran kemasan 10 kg harganya relatif lebih murah Rp.5.000,00 – Rp.10.000,00 dibandingkan dengan harga beras kiloan. Disamping itu, penggunaannya sesuai dengan kebutuhan konsumsi rumah tangga, dan tidak perlu menyimpan beras dalam waktu yang cukup lama, sehingga kualitas beras tidak mengalami penurunan. Selain itu, ada 31 % ibu rumah tangga yang membeli beras secara kiloan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan uang yang mereka miliki untuk membeli beras kemasan. Mereka hanya membeli beras seperlunya saja. Sebanyak 5 orang (12 %) ibu rumah tangga memilih beras dalam bentuk kemasan 25 kg hal ini dikarenakan tingkat konsumsi keluarga mereka yang cukup tinggi, disamping harga beras kemasan 25 kg relatif lebih murah. Dan lain – lain sebanyak 3 orang (7%) ibu rumah tangga. Hal ini disebabkan karena 3 orang rumah tangga tersebut mendapatkan beras bantuan dari pemerintah sebesar 8 kg setiap bulannya.

6.2 Tingkat Konsumsi Beras Rumah Tangga

Tingkat konsumsi beras rumah tangga di bedakan ke dalam dua indikator, yaitu tingkat konsumsi beras per rumah tangga per tahun secara keseluruhan sesuai dengan jumlah anggota rumah tangga dan tingkat konsumsi beras rumah tangga per kapita per tahun. Tingkat konsumsi beras per rumah tangga per tahun

dan per kapita per tahun di RW.07 Kelurahan Balearjosari Kota Malang dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Rata-rata anggota rumah tangga, konsumsi beras per rumah tangga dan per kapita per tahun di Kelurahan Balearjosari, Kota Malang, 2013/2014

Uraian	Jumlah
Jumlah Anggota Rumahtangga rata-rata (orang)	4
Konsumsi beras per rumah tangga per tahun (kg)	293,8 kg
Konsumsi beras per kapita per tahun (kg)	88,5 kg

Sumber: Data Diolah, 2014

Tabel 21 di atas menunjukkan bahwa jumlah anggota rumah tangga rata-rata di RW 7 adalah 4 jiwa. Dengan jumlah anggota rumah tangga itu, jumlah konsumsi beras per rumah tangga adalah sebesar 293,8 kg per tahun, sedangkan tingkat konsumsi beras per kapita per tahun adalah 88,5 kg

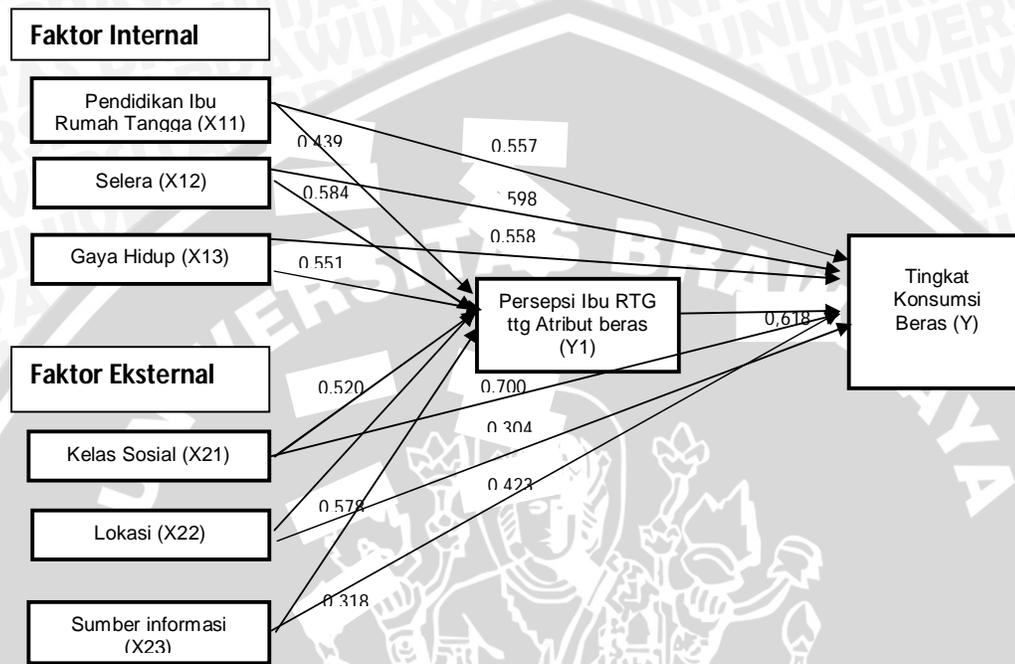
Tingkat konsumsi beras per kapita per tahun di RW7 kelurahan Balearjosari menunjukkan lebih rendah dari tingkat konsumsi beras per kapita per tahun nasional maupun propinsi Jawa Timur. Hal ini dikarenakan konsumsi beras masyarakat perkotaan lebih rendah dibandingkan dengan masyarakat pedesaan. Kebutuhan akan beras rendah akibat beragamnya makanan pokok yang dijual di daerah perkotaan. Pada RW 07 Kelurahan balearjosari ditemukan beberapa rumah tangga mengkonsumsi panganan selain beras berupa mie, roti, singkong, dan jagung.

Menurut data BPS (2013) bahwa tingkat konsumsi beras rata – rata masyarakat Indonesia adalah sebesar 131,5 kg/ kapita/ tahun, sedangkan konsumsi rata – rata masyarakat Jawa Timur adalah sebesar 91,52 kg/kapita/tahun.

6.3. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Rumah Tangga Terhadap Tingkat Konsumsi Beras

Faktor internal meliputi tingkat pendidikan ibu rumah tangga, selera ibu rumah tangga, dan gaya hidup rumah tangga. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari kelas sosial rumah tangga, aksesibilitas lokasi pembelian, serta sumber informasi mengenai beras. Faktor internal dan eksternal tersebut dapat mempengaruhi secara langsung tingkat konsumsi beras dalam rumah tangga konsumen, tetapi dapat juga mempengaruhi tingkat konsumsi beras secara tidak

langsung melalui persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras. Pengaruh faktor internal dan eksternal rumah tangga konsumen terhadap tingkat konsumsi beras dapat dilihat pada gambar 5.



Keterangan : —————> : Pengaruh

Gambar 5. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Tingkat Konsumsi Beras Rumah Tangga Konsumen

Berdasarkan uraian dan gambar 5 di atas, pengaruh faktor internal dan eksternal rumah tangga terhadap tingkat konsumsi beras dapat dirumuskan kedalam dua persamaan sebagai berikut.

Persamaan 1:

$$Y1 = p_{11}X_{11} + p_{12}X_{12} + p_{13}X_{13} + p_{21}X_{21} + p_{22}X_{22} + p_{23}X_{23} + e \quad [1]$$

Persamaan 2:

$$Y = p_{11}X_{11} + p_{12}X_{12} + p_{13}X_{13} + p_{21}X_{21} + p_{22}X_{22} + p_{23}X_{23} + p_{y1}Y1 + e \quad [2]$$

Selanjutnya pengaruh faktor internal dan eksternal secara langsung dan tidak langsung terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga konsumen masing-masing akan diuraikan dibawah ini.

6.3.1. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Rumah Tangga Terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga mengenai Atribut Beras

Hasil analisis jalur pengaruh faktor internal dan eksternal rumah tangga terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras ditunjukkan oleh persamaan (1) berikut:

$$Y1 = 0,439 X1.1 + 0,584 X12 + 0,551 X13 + 0,520 X21 + 0,578 X22 + 0,318 X23 + 0,987 [1]$$

Persamaan pertama (1) menerangkan tentang pengaruh faktor internal dan eksternal rumah tangga terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras. Hasil analisis jalur pengaruh Pendidikan Ibu Rumah Tangga (X11) terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t hitung (3,054) lebih besar dari t tabel (1,960) pada taraf signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,439. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang nyata antara tingkat pendidikan ibu rumah tangga (X11) terhadap persepsi mereka mengenai atribut beras (Y1).

Tingkat pendidikan akan mempengaruhi cara pandang seseorang, yang tentunya akan lebih responsif terhadap suatu informasi. Di RW 7, kelurahan Balearjosari, ibu rumah tangga dengan pendidikan yang tinggi cenderung akan memiliki persepsi yang positif terhadap atribut beras, karena tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi cara pandangnya termasuk terhadap kualitas (atribut) dan kuantitas beras yang dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hardiansyah (2000) yang menyatakan bahwa faktor pendidikan memegang kunci dan peranan penting dalam menentukan kualitas beras yang akan dikonsumsi.

Hasil analisis jalur pengaruh Selera Ibu Rumah Tangga (X12) terhadap Persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t hitung (4,494) lebih besar dari t tabel (1,960) pada taraf signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,584. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) Selera Ibu Rumah Tangga (X12) terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1).

Seperti diketahui pada hasil analisis diatas bahwa selera ibu rumah tangga sangat mempengaruhi persepsinya terhadap atribut beras yang ia konsumsi. Semakin tinggi selera ibu rumah tangga terhadap beras maka rumah tangga tersebut cenderung untuk mengkonsumsi beras dengan kualitas yang baik pula. Apabila beras yang di konsumsi sesuai dengan kebutuhan selernya, maka persepsi terhadap beras akan semakin positif.

Selanjutnya hasil analisis jalur pengaruh Gaya Hidup Rumah Tangga (X13) terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t hitung (4,126) lebih besar dari t tabel (1,960) pada taraf signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,551. Hal ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup Rumah Tangga (X13) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1).

Gaya hidup adalah cara membawakan diri yang mencerminkan atau memperlihatkan kedudukan seseorang dalam masyarakat. Gaya hidup dapat menunjukkan bagaimana pola konsumsi seseorang, semakin tinggi gaya hidup suatu keluarga, cenderung akan mengkonsumsi beras dengan kualitas yang baik dengan alasan kesehatan dan prestise. Di RW 7, kelurahan Balearjosari ditemukan, semakin tinggi gaya hidup rumah tangga cenderung memiliki persepsi yang positif terhadap produk beras, karena beras sudah menjadi tren makanan pokok mereka sehari-hari.

Disamping faktor internal yang telah diuraikan di atas, terdapat faktor eksternal rumah tangga, yaitu kelas sosial rumah tangga, aksesibilitas lokasi pembelian beras dan sumber informasi tentang beras. Hasil analisis jalur pengaruh Kelas Sosial Rumah Tangga (X11) terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t hitung (3,799) lebih besar dari t tabel (1,960) pada taraf signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,520. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dan positif kelas Sosial rumah tangga terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1).

Kelas sosial merupakan pengelompokan seseorang dalam perilaku berdasarkan posisi sosial dan ekonomi seperti pekerjaan, prestasi pribadi, dan kepemilikan harta. Semakin tinggi kelas sosial suatu rumah tangga, cenderung akan mengkonsumsi beras dengan kualitas yang lebih baik. Di RW 7, kelurahan

Balearjosari ditemukan rumah tangga dengan kelas sosial menengah keatas cenderung akan memilih beras dengan kualitas yang baik dan mutu yang terjamin. Sedangkan pada kelas bawah mereka tidak mementingkan kualitas dari beras tersebut, melainkan bagaimana mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari hari mereka. Kelas sosial akan mempengaruhi persepsi rumah tangga terhadap beras. Mayoritas rumah tangga konsumen berasal dari kelas sosial menengah yang memiliki persepsi positif terhadap beras. Kualitas dan harga beras yang mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka, dan mereka akan mengkonsumsi beras secara berkelanjutan.

Hasil analisis jalur pengaruh aksesibilitas lokasi pembelian beras terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t_{hitung} (4,418) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) pada taraf signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,578. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas lokasi pembelian beras berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras.

Semakin mudah aksesibilitas lokasi pembelian beras maka persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras akan semakin positif. Hal ini terjadi karena mudahnya rumah tangga untuk mendapatkan produk beras yang mereka inginkan dan akan memberi pengaruh peningkatan terhadap keputusan pembelian.

Demikian juga hasil analisis jalur pengaruh Sumber Informasi terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t_{hitung} (2,096) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) pada taraf signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,318. Hal ini menjelaskan bahwa Sumber Informasi tentang beras berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras (Y1).

Sumber informasi tentang produk beras di Rw 07 Kelurahan Balearjosari terdiri dari dua sumber yaitu sumber pribadi yang berasal dari opini dan komunikasi perorangan serta sumber yang berasal dari media masa dan sumber – sumber dari kegiatan perusahaan. Menurut Suryani (2008) informasi yang diterima konsumen melalui komunikasi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Sebuah produk akan dipersepsikan sebagai produk yang bermutu jika banyak informasi mengenai produk diberikan kepada

khalayak. Oleh karena itu semakin banyak sumber informasi yang diberikan kepada rumah tangga konsumen maka akan semakin positif pula persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras yang mereka konsumsi.

Dari uraian di atas menunjukkan bahwa pengaruh variabel yang tertinggi sampai terendah secara berturut-turut terhadap persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras adalah selera ibu rumah tangga, aksesibilitas lokasi pembelian beras, gaya hidup rumah tangga, kelas sosial, tingkat pendidikan ibu rumah tangga dan terakhir sumber informasi mengenai beras.

6.3.2. Pengaruh Langsung Faktor Internal, Eksternal Rumah Tangga dan Persepsi Mengenai Atribut Beras Terhadap Tingkat Konsumsi Beras

Hasil analisis jalur pengaruh langsung faktor internal dan eksternal rumah tangga serta persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras terhadap tingkat konsumsi beras dapat diikuti pada persamaan berikut.

$$Y = 0,557 X_{11} + 0,598 X_{12} + 0,558 X_{13} + 0,700 X_{21} + 0,304 X_{22} + 0,423 X_{23} + 0,618 Y_1 + 0,999$$

Seperti telah diuraikan di muka, yang termasuk faktor internal adalah tingkat pendidikan ibu rumah tangga, selera ibu rumah tangga, dan gaya hidup rumah tangga. Pengaruh faktor internal terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 23. Pengaruh Faktor Internal dan Persepsi Ibu Rumah Tangga mengenai atribut beras Terhadap Tingkat Konsumsi Beras di RW 7 Kelurahan Balearjosari, 2013/2014

Sub Variabel	Koefisien Regresi	T hitung	signifikansi	keterangan
Persepsi Atribut (Y1)	0.618	4.908	0.000	signifikan
Pendidikan (X11)	0.557	4.184	0.000	signifikan
Selera (X12)	0.598	4.663	0.000	signifikan
Gaya Hidup (X13)	0.558	4.201	0.000	signifikan
Kelas Sosial (X21)	0.700	6.115	0.000	signifikan
Lokasi Pembelian beras (X22)	0.304	1.994	0.046	signifikan
Sumber Informasi (X23)	0.423	2.914	0.006	signifikan

Sumber : Data Diolah, 2014

Dari hasil analisis jalur pada tabel 23 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh persepsi atribut (Y1) terhadap tingkat konsumsi beras (Y) dengan t hitung (4,098) dan lebih besar dari t tabel (1,960) atau tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari α 5 % menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara persepsi atribut terhadap tingkat konsumsi beras (Y). Dengan nilai koefisien 0,618.

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Namun informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda (Sangadji, 2013). Pada RW.07 Kelurahan Balearjosari, semakin positif persepsi ibu rumah tangga terhadap produk beras, maka tingkat konsumsinya akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan kepercayaan terhadap kualitas dan mutu beras yang mereka konsumsi cukup besar.

Pendidikan ibu rumah tangga (X11) berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga (Y). Hal ini ditunjukkan oleh t hitung (4,184) lebih besar dari t tabel (1,960) dengan $\alpha = 0,050$. Nilai koefisien regresi pengaruh tingkat pendidikan ibu rumah tangga terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga adalah sebesar 0,557.

Tingkat pendidikan formal ibu rumah tangga di RW 7 kelurahan Balearjosari mempengaruhi tingkat konsumsi beras, karena tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi cara berpikir, cara pandang terhadap informasi termasuk mengenai beras, dan tingkat pendapatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Suryani (2008) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi proses keputusan konsumen karena tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi nilai – nilai yang dianut, cara berpikir, dan cara pandang konsumen.

Faktor internal yang lain adalah selera ibu rumah tangga (X12) tampak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga (Y), yang ditunjukkan oleh t hitung (4,663) lebih besar dari t tabel (1,960) pada $\alpha = 0,050$. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi pengaruh selera ibu rumah tangga terhadap tingkat konsumsi beras adalah 0,598.

Selera ibu rumah tangga terhadap beras di RW 7 keluarahan Balearjosari ditunjukkan oleh tiga indikator, yaitu tekstur, aroma, dan warna beras. Selera ibu

rumah tangga ini mempengaruhi tingkat pembelian beras rumah tangga. Semakin sesuai beras tersebut dengan selera ibu rumah tangga, maka semakin tinggi tingkat pembelian atau konsumsi beras tersebut.

Demikian pula Gaya Hidup Rumah Tangga (X13) berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Tingkat Konsumsi Beras rumah tangga (Y). Hal ini ditunjukkan oleh t_{hitung} (4,201) lebih besar dari t_{tabel} (1,960) pada $\alpha = 0,050$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,558.

Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup membelanjakan uang, membawa diri dihadapan masyarakat, dan memanfaatkan waktunya (Mowen dan Minor, 2000). Semakin tinggi gaya hidup suatu rumah tangga, cenderung lebih konsumtif, karena kemampuan membelinya cukup tinggi. Dalam penelitian ini, gaya hidup dilihat dari intensitas rekreasi keluarga, tempat berbelanja dan pakaian yang dikenakan kepala keluarga dan ibu rumah tangga. Ditemukan di kelurahan Balearjosari, rumah tangga dengan gaya hidup yang tinggi memiliki tingkat konsumsi beras yang tinggi. Hal ini terjadi karena kemampuan mereka untuk membeli beras cukup tinggi. Pada hasil penelitian ini gaya hidup berpengaruh nyata terhadap tingkat konsumsii beras..

Selanjutnya pengaruh Kelas sosial rumah tangga berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap tingkat konsumsi beras. Hal ini ditunjukkan oleh t_{hitung} (6,115) lebih besar dari t_{tabel} (1,960) pada $\alpha = 0,050$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,700.

Kelas sosial rumah tangga merupakan parameter untuk mengukur tingkat kekuatan ekonomi dan sosial rumah tangga. Menurut Kotler dan Keler (2007), kelas sosial mengacu kepada pendapatan dan daya beli. Oleh karena itu semakin tinggi kelas sosial rumah tangga konsumen maka tingkat konsumsi beras semakin tinggi pula. Hal ini terjadi karena kemampuan untuk membeli beras lebih tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumah tangga konsumen di Kelurahan Balearjosari mayoritas berasal dari kelas sosial menengah.

Selanjutnya hasil analisis jalur pengaruh Aksesibilitas Lokasi Pembelian Beras (X22) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) tampak juga signifikan, yang ditunjukkan oleh t_{hitung} (1,994) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) pada $\alpha = 0,050$.

Nilai koefisien regresi pengaruh aksesibilitas lokasi pembelian beras (X22) terhadap tingkat konsumsi beras (Y) adalah sebesar 0,304.

Aksesibilitas lokasi merupakan tingkat kemudahan untuk mencapai lokasi pembelian beras baik dilihat dari jarak dari tempat tinggal rumah tangga ke lokasi maupun kemudahan mendapatkan sarana transportasi ke tempat pembelian beras. Menurut Kotler dan Armstrong (2004), ketersediaan produk berkaitan dengan strategi pemasaran yaitu tempat. Apabila ketersediaan beras di tempat mudah didapatkan, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk apabila produk tersebut tersedia. Di kelurahan Balearjosari ditemukan, semakin mudah aksesibilitas untuk mencapai lokasi pembelian beras maka tingkat konsumsi beras akan semakin tinggi.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa sumber informasi mengenai beras (X23) berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi beras (Y), yang ditunjukkan oleh t_{hitung} (2,914) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) pada $\alpha = 0,050$ dengan koefisien regresi sebesar 0,423.

Sumber informasi merupakan sekumpulan pesan yang dapat diperoleh melalui proses pembelajaran, pengalaman, serta instruksi. Sumber informasi dapat berasal dari pribadi dan perusahaan komersil. Sumber informasi pribadi berasal dari perorangan yang bersifat opini. Sedangkan sumber informasi komersil berasal dari media masa dan kegiatan perusahaan. Menurut suryani (2008), informasi yang diterima konsumen melalui komunikasi memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Di RW 07 Kelurahan Balearjosari ditemukan bahwa sumber informasi mempengaruhi rumah tangga konsumen dalam pembentukan opini tentang produk beras yang akan di konsumsinya, sumber informasi mengenai beras di kelurahan Balearjosari mayoritas berasal dari pribadi yang merupakan opini perorangan.

Dari hasil analisis di atas menunjukkan bahwa faktor internal rumah tangga (tingkat pendidikan ibu rumah tangga, selera ibu rumah tangga, gaya hidup rumah tangga) dan faktor eksternal rumah tangga (kelas sosial, aksesibilitas lokasi pembelian beras dan sumber informasi serta persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras) secara langsung berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

hipotesis 1 yang menyatakan : “ faktor internal dan eksternal rumah tangga serta persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi beras diterima”.

Koefisien determinasi pada persamaan jalur antara Faktor Internal (X1) yaitu Pendidikan Ibu Rumah Tangga (X11), Selera Ibu Rumah Tangga (X12), Gaya Hidup Rumah Tangga (X13), dan Faktor Eksternal (X2) yaitu Kelas Sosial (X21), Aksesibilitas Lokasi Pembelian Beras (X22), Sumber Informasi (X23), dan Persepsi Atribut (Y1) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) adalah 63,0%. Hal ini menunjukkan bahwa Tingkat Konsumsi Beras dipengaruhi sebesar 63,0% oleh Faktor Internal (X1) dan Faktor Eksternal (X2) dan Persepsi Atribut (Y1), sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

6.3.3. Pengaruh Tidak Langsung Faktor Internal dan Eksternal Rumah Tangga Terhadap Tingkat Konsumsi Beras

Hasil analisis jalur pengaruh faktor internal dan eksternal rumah tangga konsumen serta persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras terhadap tingkat konsumsi beras dapat dilihat pada persamaan 2.

Persamaan 2:

$$Y = 0,217 X11 + 0,361 X12 + 0,341 X13 + 0,321 X21 + 0,357 X22 + 0,197 X23 + e$$

Persamaan 2 di atas sebagai hasil analisis jalur dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pengaruh tingkat Pendidikan Ibu Rumah Tangga (X11) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh hasil analisis jalur, yakni t_{hitung} (2,772) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) dan tingkat signifikansi (0,006) lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha = 0,050$) serta nilai koefisien regresi sebesar 0,217. Hal ini berarti terdapat pengaruh tidak langsung yang nyata Tingkat Pendidikan Ibu Rumah Tangga (X11) terhadap Tingkat Konsumsi beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1).

Hasil analisis jalur pengaruh Selera Ibu Rumah Tangga (X1) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1)

ditunjukkan oleh t_{hitung} (3,434) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960), tingkat signifikansi (0,001) lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha = 0,050$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,361. Dengan demikian Selera Ibu Rumah Tangga (X12) secara tidak langsung berpengaruh yang nyata terhadap Tingkat Konsumsi (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1).

Selanjutnya pengaruh Gaya Hidup Rumah Tangga (X13) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh hasil analisis jalur, yaitu t_{hitung} (3,086) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) dan tingkat signifikansi (0,002) lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha = 0,050$) serta nilai koefisien regresi sebesar 0,341. Hal ini berarti terdapat pengaruh tidak langsung yang nyata Gaya Hidup Rumah Tangga (X11) terhadap Tingkat Konsumsi beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1).

Berdasarkan uraian di atas tampak bahwa dari 3 sub variabel faktor internal, ternyata selera ibu rumah tangga yang paling berpengaruh secara tidak langsung terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga, kemudian diikuti oleh gaya hidup rumah tangga. Sementara itu, pengaruh tingkat pendidikan ibu rumah tangga berada pada urutan paling rendah terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga.

Hasil analisis jalur pengaruh Kelas Sosial Rumah Tangga (X1) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t_{hitung} (4,529) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) dan tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha = 0,050$) serta nilai koefisien regresi sebesar 0,321. Hal ini berarti terdapat pengaruh tidak langsung yang nyata antara Kelas Sosial Rumah Tangga (X21) dengan Tingkat Konsumsi (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1).

Pengaruh tidak langsung Aksesibilitas Lokasi Pembelian Beras (X22) terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1) ditunjukkan oleh t_{hitung} (3,505) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) dan tingkat signifikansi (0,046) lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha = 0,050$) serta nilai koefisien regresi sebesar 0,357. Hal ini berarti terdapat pengaruh tidak langsung yang nyata antara Aksesibilitas Lokasi Pembelian Beras (X22) terhadap Tingkat Konsumsi (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1).

Sumber Informasi tentang beras secara tidak langsung berpengaruh nyata terhadap Tingkat Konsumsi Beras (Y) melalui Persepsi mengenai Atribut beras (Y1). Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis jalur, yakni t_{hitung} (2,030) lebih besar dari $t_{0,05}$ (1,960) dan tingkat signifikansi (0,042) lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha = 0,050$) serta nilai koefisien regresi sebesar 0,197.

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa dari 3 sub variabel faktor eksternal, ternyata yang paling berpengaruh secara tidak langsung terhadap tingkat konsumsi beras adalah aksesibilitas lokasi pembelian beras, kemudian diikuti oleh sub variabel kelas sosial. Yang paling rendah pengaruh tidak langsungnya adalah sumber informasi mengenai beras.

Apabila dilihat tingkat pengaruh tidak langsung yang tertinggi sampai terendah dari variabel yang ada dalam faktor internal dan eksternal, secara berturut-turut adalah selera ibu rumah tangga, aksesibilitas lokasi pembelian beras, gaya hidup rumah tangga, kelas sosial, tingkat pendidikan ibu rumah tangga dan terendah adalah sumber informasi mengenai beras. Tetapi secara keseluruhan semua variabel faktor internal dan eksternal tersebut secara tidak langsung berpengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi beras rumah tangga melalui persepsi ibu rumah tangga mengenai atribut beras. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa “faktor internal dan eksternal rumah tangga secara tidak langsung mempengaruhi tingkat konsumsi beras melalui persepsi mengenai atribut beras” diterima. Faktor-faktor yang berkontribusi dari yang terbesar ke yang terkecil secara tidak langsung terhadap tingkat konsumsi beras melalui persepsi mengenai atribut beras secara berturut-turut adalah selera ibu rumah tangga, aksesibilitas lokasi pembelian beras, gaya hidup rumah tangga, kelas sosial, tingkat pendidikan ibu rumah tangga dan terkecil adalah sumber informasi tentang beras.

Koefisien determinasi pada persamaan jalur antara Faktor Internal (X1) yaitu Pendidikan Ibu Rumah Tangga (X11), Selera Ibu Rumah Tangga (X12), Gaya Hidup Rumah Tangga (X13) dan Faktor Eksternal (X2) yaitu Kelas Sosial (X21), Lokasi (X22), Sumber Informasi (X23), terhadap Persepsi Atribut (Y1) adalah 56,7%. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi mengenai atribut beras (Y1) dipengaruhi sebesar 56,7% oleh Faktor Internal (X1) dan Faktor Eksternal (X2)

tersebut. Sisanya sebesar 43,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian tersebut di atas..

Koefisien Determinasi Total

$$\text{Koef Determinasi Total} = 1 - (1 - 0.567) \times (1 - 0.630) = 0.840$$

Koefisien Determinasi Total yang didapatkan dari model path di atas adalah sebesar 0,840, yang artinya bahwa sebesar 84,0% dari data yang dimiliki dapat dijelaskan oleh model path yang terbentuk dan sisanya sebesar 16,0% dijelaskan oleh faktor lain diluar varibel penelitian.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

