

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI GULA PASIR CURAH DAN PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GULA PASIR CURAH DI KOTA MEDAN

**(Studi Kasus : Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan)
Mahda Sari Putri ^{*)}, HM. Mozart B. Darus ^{**)} dan Sri Fajar Ayu ^{**)}**

- ^{*)} Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara Departemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara
Hp. 085761333080, E-mail : putri.mahdasari@gmail.com
- ^{**)} Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara
Jl. Prof. A. Sofyan No. 3 Medan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen gula pasir curah, untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian gula pasir curah, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan preferensi konsumen terhadap gula pasir curah. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive*, di pasar tradisional di Kecamatan Medan Kota. Metode pengambilan sampel yaitu dengan metode penelusuran (*Accedental*). Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan : (1) Konsumen yang membeli gula pasir curah didominasi oleh konsumen yang berada pada rentang umur 25 – 29 tahun. Tingkat pendidikan konsumen terbesar ada pada tingkat pendidikan SMA. Jumlah tanggungan konsumen terbesar pada rentang 3 – 5 orang. Sementara jumlah tanggungan konsumen terkecil berada pada rentang ≥ 5 orang. Jumlah pendapatan konsumen terbesar berada pada kelompok 2.000.000 – 3.000.000. (2) Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian gula pasir curah meliputi pengenalan masalah/kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan perilaku pasca pembelian. (3) Harga beli konsumen dan pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi gula pasir curah, sedangkan jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi gula pasir curah.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Preferensi Konsumen, Gula Pasir Curah

ABSTRACT

The objective of the research was to find out the characteristics of granulated sugar consumers, to find out the process of consumers' decision to buy granulated sugar, to analyze some factors which influenced the decision to buy and consumers' preference to granulated sugar. The location of the research area was determined purposively at the traditional markets in Medan Kota Subdistrict. The

samples were taken by using accidental sampling technique. The data were analyzed descriptively by using multiple linear regression analysis.

Based on the result of the research, it was concluded that 1) those who bought granulated sugar were dominated by consumers who were 25 to 29 years old, most of them were Senior High School graduates, the biggest number of their independents was three to five independents, and the smallest one was less than five, and their highest income was two to three million rupiahs; 2) the process of making the decision by consumers in buying granulated sugar included identification of problems/needs, seeking information, alternative evaluation, process of buying, and after buying behavior; and 3) consumers' buying price and income did not have any significant influence on the amount of granulated sugar consumption, while the number of independents had significant influence on bulk sugar consumption.

Keywords: *Buying Decision, Consumers' Preference, Granulated Sugar*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Gula merupakan salah satu bahan pokok dan juga sumber kalori bagi masyarakat selain beras, jagung dan umbi-umbian. Menurut Fachreza (2012), gula pasir mempunyai kandungan energi dan nilai kalori yang tinggi dan dapat langsung dipakai, karena itu gula pasir diperlukan terutama sebagai sumber energi disamping bahan pemanis.

Di Kota Medan, gula terbagi pasir dalam dua segmen, yaitu gula pasir bermerek dan gula pasir curah. Meskipun produk gula pasir bermerek kian marak di pasaran, namun konsumen yang memilih gula pasir curah untuk dikonsumsi masih tergolong tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya harga gula pasir curah yang lebih murah jika dibandingkan dengan gula pasir bermerek. Dengan adanya gula pasir bermerek dan gula pasir curah di pasaran, maka konsumen akan melalui proses dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi gula pasir curah.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen gula pasir curah ?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian gula pasir curah ?

3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumsi konsumen gula pasir curah ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen gula pasir curah.
2. Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian gula pasir curah.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi konsumen gula pasir curah.

TINJAUAN PUSTAKA

Bahan baku untuk pengolahan gula putih yang paling umum digunakan adalah batang tanaman tebu (*Saccharum officinarum L.*) atau umbi tanaman bit gula (*Beta vulgaris*). Tujuan dari proses pengolahan tebu adalah untuk memisahkan gula atau sukrosa yang terkandung didalam batang tanaman tebu atau umbi tanaman gula tersebut sebanyak-banyaknya. Pada umumnya pemrosesan tebu di pabrik gula dibagi menjadi beberapa tahap yang dikenal dengan proses pemerahan (gilingan), pemurnian, penguapan, kristalisasi, pemisahan dan penyelesaian (*sugar handling*) (Tjokro dan Bakri, 1984).

Landasan Teori

Menurut Irawan dan Faried (1996), setiap konsumen dalam membeli produk mempunyai perilaku yang berbeda antara satu dengan yang lain. Karakteristik pembeli/konsumen adalah sifat-sifat yang membedakan konsumen yang satu dengan yang lain. Hal ini dipengaruhi oleh usia, pendapatan, selera, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan dan iklan.

Menurut Sumarwan (2003), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan pada saat membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Mempengaruhi perilaku konsumen adalah mempengaruhi pilihan konsumen agar mereka mau memilih produk tertentu dan

merek tertentu yang ditawarkan oleh pemasar. Proses mempengaruhi konsumen biasanya dilakukan melalui strategi pemasaran yang tepat.

Menurut Simamora (2003), terdapat lima tahapan bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yaitu, (1) Pengenalan kebutuhan (2) Pencarian informasi (3) Evaluasi alternatif (4) Keputusan pembelian (5) Perilaku pasca pembelian.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah : Harga beli, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian dan preferensi konsumen terhadap gula pasir curah di Kota Medan.

Penentuan Daerah Penelitian, Sampel dan Pengumpulan Data

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* atau sengaja dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan karena Kota Medan merupakan kota dengan jumlah penduduk tertinggi di Sumatera Utara yaitu 2.117.224 jiwa pada tahun 2011. Penelitian dilakukan di Pasar Tradisional yang berada di Kecamatan Medan Kota. Berdasarkan data BPS, Kecamatan Medan Kota merupakan kecamatan dengan jumlah pasar terbanyak di Kota Medan. Pasar Tradisional yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah Pusat Pasar, Pasar Sambas dan Pasar Halat.

Sampel yang dipilih adalah 30 orang. Berdasarkan teori penarikan contoh sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah ≥ 30 sampel karena bagaimanapun bentuk populasinya teori penarikan contoh menjamin akan diperolehnya hasil yang memuaskan dan untuk penelitian yang menggunakan analisa statistik, ukuran sampel paling minimum 30 responden (Walpole, 1992).

Dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada konsumen yang membeli gula curah dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) dan wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga dan instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik, Badan Ketahanan Pangan serta dari buku-buku yang mendukung penelitian ini.

Analisis Data

Menguji identifikasi masalah 1 dan identifikasi masalah 2, dianalisis dengan analisis deskriptif yaitu pemaparan atau penggambaran dengan kata-kata secara jelas dan terinci berdasarkan data-data yang diperoleh.

Menguji identifikasi masalah 3, dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Data yang dibutuhkan adalah jumlah konsumsi gula pasir curah kilogram per bulan, harga beli konsumen terhadap gula pasir curah, pendapatan rata-rata/keluarga/bulan, dan jumlah anggota keluarga. Dimana nilai parameter tersebut selanjutnya akan diduga sehingga modelnya menjadi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Jumlah konsumsi gula pasir curah (kg/bulan)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien variabel regresi

X_1 = Harga beli konsumen (Rp/Kg)

X_2 = Pendapatan rata-rata (Rp/bln)

X_3 = Jumlah anggota keluarga (Jiwa)

e = kesalahan pengganggu

Hipotesis yang digunakan adalah :

H_0 : Harga beli konsumen, pendapatan rata-rata, dan jumlah anggota keluarga, tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi gula pasir curah di Kota Medan.

H_1 : Harga beli konsumen, pendapatan rata-rata, dan jumlah anggota keluarga, berpengaruh terhadap jumlah konsumsi gula pasir curah di Kota Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen gula pasir curah yang melakukan kegiatan pembelian dipasar tradisional yang ditetapkan sebagai lokasi penelitian yaitu Pasar Pusat Pasar, Pasar Halat, dan Pasar Sambas. Masing-masing pasar tersebut berada di wilayah Kecamatan Medan Kota. Karakteristik responden

atau sampel yang diteliti meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan.

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Gula Pasir Curah

Keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahapan proses, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tahapan tersebut akan dilalui oleh konsumen dalam proses keputusan pembelian gula pasir curah.

Pengenalan Kebutuhan

Mengetahui kebutuhan konsumen terhadap gula pasir curah dilakukan dengan memberikan pertanyaan mengenai alasan konsumen mengkonsumsi gula pasir curah.

Tabel 1. Alasan Mengonsumsi Gula Pasir Curah

No.	Alasan Mengonsumsi Gula Pasir Curah	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Rasa lebih manis	6	20,00
2.	Pengaruh teman/kerabat	0	0
3.	Harga terjangkau	16	53,33
4.	Ingin mencoba	1	3,33
5.	Kemudahan memperoleh	5	16,67
6.	Lainnya	2	6,67
	Jumlah	30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Hasil penelitian, alasan utama konsumen membeli gula pasir curah adalah harganya yang lebih murah dibandingkan gula pasir bermerek. Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa sebanyak 53,33 persen responden yang membeli gula pasir curah dikarenakan harga yang terjangkau. Pembelian gula pasir curah dikarenakan rasanya yang lebih manis, ada sekitar 20 persen responden yang memilihnya. Motivasi selanjutnya adalah kemudahan memperoleh sebanyak 16,67 persen. Akses yang mudah terhadap gula pasir curah merupakan alasan yang cukup penting mempengaruhi alasan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi gula pasir curah. Konsumen yang ingin mencoba untuk mengonsumsi gula pasir curah adalah sekitar 3,33 persen. Hal ini dikarenakan konsumen yang telah terbiasa mengonsumsi gula pasir bermerek terkadang ingin juga membeli gula pasir curah karena rasanya yang lebih manis. Sebanyak 6,67 persen konsumen yang membeli dan mengonsumsi gula pasir curah. Alasannya karena sudah terbiasa mengonsumsi gula pasir curah sejak lama.

Pencarian Informasi

Setelah konsumen mengetahui kebutuhan yang harus dipenuhi, maka konsumen akan melalui tahap pencarian informasi.

Tabel 2. Fokus Perhatian Konsumen

No.	Fokus Perhatian Konsumen	Banyak Sampel (Orang)	Persentase(%)
1.	Harga	29	96,67
2.	Ukuran	0	0
3.	Tekstur dan butiran	0	0
4.	Lainnya	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Pada Tabel 2, sebanyak 96,67 persen konsumen memilih harga sebagai fokus perhatian utama ketika adanya promosi dari gula pasir curah. Harga yang murah menjadi alasan konsumen memilih dan membeli gula pasir curah. Faktor lainnya sebanyak 3,33 persen responden menjawab kualitas gula pasir curah menjadi alasan konsumen.

Evaluasi Alternatif

Tahap selanjutnya dalam pengambilan keputusan pembelian setelah konsumen melakukan pencarian informasi adalah tahap evaluasi alternatif, dimana konsumen melakukan evaluasi terhadap pemilihan gula pasir curah untuk dibeli.

Tabel 3. Pertimbangan Membeli Gula Pasir Curah

No.	Pertimbangan Membeli Gula Pasir Curah	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Harga	19	63,33
2.	Kemasan	1	3,33
3.	Warna	9	30,00
4.	Tekstur butiran	1	3,33
5.	Lainnya	0	0
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Tabel 3 menunjukkan pertimbangan-pertimbangan konsumen dalam pembelian gula pasir curah. Harga menjadi prioritas utama yang dipertimbangkan banyak konsumen dalam membeli gula pasir curah, yaitu sebanyak 63,33 persen. Warna gula pasir menjadi prioritas kedua yang dipertimbangkan banyak konsumen dalam membeli gula pasir curah, yaitu sebanyak 30 persen. Sedangkan sebanyak 3,33 persen konsumen mempertimbangkan kemasan dan tekstur butiran dalam proses pembelian gula pasir curah.

Tabel 4. Indikator Mutu Terhadap Gula Pasir Curah

No.	Indikator Mutu Terhadap Gula Pasir Curah	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Harga	2	6,67
2.	Warna	12	40,00
3.	Tekstur butiran	15	50,00
4.	Lainnya	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Berdasarkan Tabel 4, yang menjadi pilihan utama konsumen paling banyak dalam mengukur mutu terhadap gula pasir yang mereka beli adalah tekstur dan butiran gula sebanyak 50 persen. Dan 40 persen responden memilih warna pada gula pasir curah. Sebanyak 6,67 persen respon melihat mutu gula pasir curah melalui harga dan 3,3 persen karena faktor lainnya.

Tabel 5. Prioritas Pilihan Terhadap Gula Pasir Curah

No.	Prioritas Pilihan Terhadap Gula Pasir Curah	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Ya	21	70,00
2.	Tidak	9	30,00
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Hasil pada Tabel 5, konsumen sebanyak 70 persen menjadikan gula pasir curah sebagai prioritas pilihan dibandingkan dengan gula pasir bermerek. Sedangkan konsumen yang tidak menjadikan gula pasir curah sebagai pilihan prioritas sebanyak 30 persen. Menurut responden, gula pasir bermerek lebih terjamin kualitasnya sehingga terkadang konsumen membeli gula pasir bermerek untuk dikonsumsi.

Proses Pembelian

Konsumen memutuskan pembelian terhadap gula pasir curah dilakukan melalui tiga cara, yaitu terencana, mendadak dan tergantung kebutuhan.

Tabel 6. Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Gula Pasir Curah

No.	Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Gula Pasir Curah	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Tergantung kebutuhan	19	63,33
2.	Mendadak (niat membeli dirasakan saat belanja)	3	10,00
3.	Terencana (sudah direncanakan sebelumnya)	8	26,67
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Pada Tabel 6, konsumen sebanyak 63,33 persen memutuskan pembelian tergantung kebutuhan. Sebanyak 26,67 persen konsumen melakukan pembelian gula pasir curah secara terencana. Sedangkan sebanyak 10 persen konsumen melakukan pembelian gula pasir curah secara mendadak.

Tabel 7. Tempat Pembelian Gula Pasir Curah

No.	Tempat Pembelian Gula Pasir Curah	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Supermarket/swalayan	3	10,00
2.	Toko/warung	13	43,33
3.	Pasar tradisional	14	46,67
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Pada Tabel 7 konsumen yang membeli gula pasir dipasar tradisional tergolong sangat tinggi, yaitu 46,67 persen karena banyak konsumen khususnya ibu rumah tangga yang pada saat belanja kebutuhan rumah tangganya juga membeli gula pasir curah. Meskipun begitu masih terdapat 43,33 persen konsumen yang membeli gula pasir curah di toko atau warung. Sebagian besar konsumen sebanyak 10 persen melakukan pembelian gula pasir curah di supermarket/swalayan.

Tabel 8. Sikap Konsumen Terhadap Promosi Gula Pasir Bermerek

No.	Sikap Konsumen Terhadap Promosi Gula Pasir Bermerek	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Membelinya	28	93,33
2.	Tidak membelinya	2	6,67
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Pada Tabel 8, menunjukkan sikap konsumen jika terdapat gula pasir bermerek mengadakan promosi berupa pemberian potongan harga, diskon atau kupon hadiah. Sebanyak 93,33 persen konsumen menyatakan akan membeli gula pasir bermerek. Sedangkan 6,67 persen konsumen tidak membeli gula pasir bermerek.

Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan tahap pembelian, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap produk yang dibeli. Tindakan evaluasi tersebut untuk menilai tidak dan tercapai atau tidak kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Untuk mengetahui sikap konsumen pasca pembelian, diberikan pertanyaan mengenai tingkat kepuasan sikap jika gula pasir curah tidak tersedia, sikap jika harga gula

pasir curah naik, dan niat konsumen untuk merekomendasikan orang lain untuk mengkonsumsi gula pasir curah.

Tabel 9. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Gula Pasir Curah

No.	Tingkat Kepuasan Konsumen	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Ya	12	40,00
2.	Tidak	0	0
3.	Biasa saja	18	60,00
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Data pada Tabel 9 menunjukkan konsumen yang menyatakan puas setelah mengkonsumsi gula pasir curah 40 persen. Konsumen yang merasa biasa aja setelah mengkonsumsi gula pasir curah sebanyak 60 persen. Dari hasil penelitian, tidak ada konsumen yang merasa tidak puas setelah mengkonsumsi gula pasir curah.

Tabel 10. Sikap Konsumen Jika Gula Pasir Curah Tidak Tersedia

No.	Sikap Konsumen Jika Gula Pasir Curah Tidak Tersedia	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Membeli gula pasir bermerek	13	53,33
2.	Tidak jadi membeli	1	3,33
3.	Mencari gula pasir curah ditempat lain	16	43,33
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Berdasarkan hasil pada Tabel 10. jika konsumen dihadapkan dengan kondisi gula pasir curah tidak tersedia, sebanyak 53,33 persen konsumen memilih untuk membeli gula pasir curah ke tempat lain, sedangkan sebanyak 43,33 persen konsumen akan membeli gula pasir bermerek dan sebanyak 3,33 persen konsumen tidak jadi membeli.

Tabel 11. Sikap Konsumen Jika Harga Gula Pasir Naik

No.	Sikap Konsumen Jika Harga Gula Pasir Curah Naik	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Akan tetap membeli	14	46,67
2.	Tidak akan membeli	3	10,00
3.	Membeli gula pasir bermerek	13	43,33
Jumlah		30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Jika konsumen dihadapkan dengan kondisi gula pasir curah mengalami kenaikan harga (Tabel 11), maka konsumen sebanyak 46,67 persen akan tetap membeli, sebanyak 43,33 persen konsumen membeli gula pasir bermerek dan sebanyak 10 persen konsumen menyatakan tidak akan membeli.

Tabel 12. Sikap Konsumen Menyarankan Gula Pasir Curah Kepada Orang Lain

No.	Sikap Konsumen Menyarankan Kepada Orang Lain	Banyak Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Ya	8	26,67
2.	Tidak	22	73,33
	Jumlah	30	100

Sumber : *Data Primer Lampiran 4, 2013*

Berdasarkan hasil pada Tabel 12, menunjukkan kecenderungan konsumen menyarankan tidak orang lain untuk membeli gula pasir curah. Diperoleh hasil bahwa konsumen yang tidak menyarankan kepada orang lain setelah mengkonsumsi gula pasir curah sebanyak 73,33 persen. Sedangkan sebanyak 26,67 persen konsumen yang menyarankan orang lain untuk mengkonsumsi gula pasir curah.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Konsumen Gula Pasir Curah

Analisis regresi linier berganda dilakukan terhadap semua variabel independen dengan tingkat signifikansi 5 persen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13. Analisis Regresi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Preferensi Konsumen Gula Pasir Curah

Penduga	Koefisien Regresi	Signifikan t	Signifikan F
Constant	-1,147	0,541	
Harga Beli	7,353E-5	0,615	
Pendapatan	1,490E-7	0,134	
Jumlah anggota keluarga	0,667	0,000	
$R^2 = 0,718$			0,000

Sumber : *Lampiran 3*

Berdasarkan Tabel 13, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = -1,147 + 0,00007353 X_1 + 0,0000001490 X_2 + 0,667 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan pengaruh harga beli gula curah, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga terhadap konsumsi gula pasir curah adalah sebagai berikut :

1. Harga Beli (X_1)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga gula pasir curah memiliki nilai koefisien sebesar 0,00007353. Artinya jika harga beli gula pasir curah meningkat sebesar Rp 1.000/kg maka konsumsi gula pasir curah akan meningkat sebesar 0,07353 kg, dimana faktor lain dianggap tetap.

2. Pendapatan (X_2)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan memiliki nilai koefisien sebesar 0,0000001490. Artinya jika pendapatan meningkat sebesar Rp1.000/kg maka, nilai ini menunjukkan jumlah konsumsi gula pasir curah akan meningkat sebesar 0,0001490 kg, dimana faktor lain dianggap tetap.

3. Jumlah anggota keluarga (X_3)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi jumlah anggota keluarga diperoleh sebesar 0,667. Artinya nilai ini menunjukkan ketika jumlah anggota keluarga konsumen bertambah 1 orang maka jumlah konsumsi gula pasir curah juga akan meningkat sebesar 0,667 kg, dimana faktor lain dianggap tetap.

Uji Kesesuaian Model

Berdasarkan Tabel 17. diperoleh nilai R-square (R^2) sebesar 0,718. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel bebas yaitu harga beli konsumen, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga mampu menjelaskan varians permintaan sebesar 71,8 persen dan sisanya 28,2 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar dari model persamaan.

Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan Tabel 17 diperoleh nilai signifikan F sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dibandingkan dengan α sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan variabel bebas secara serempak memiliki pengaruh secara nyata terhadap konsumsi gula pasir curah di Kota Medan.

Uji t (Uji Parsial)

Dari Tabel 17. diperoleh nilai signifikan t sebagai berikut :

1. Harga Beli

Harga beli gula pasir curah (X_1) diperoleh sebesar 0,615 yaitu lebih besar dibandingkan dengan α sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga beli gula pasir curah terhadap konsumsi gula pasir curah di Kota Medan adalah tidak nyata.

2. Pendapatan

Pendapatan konsumen gula pasir curah (X_2) diperoleh sebesar 0,134 yaitu lebih besar dibandingkan dengan α sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan terhadap konsumsi gula pasir curah di Kota Medan adalah tidak nyata.

3. Jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga (X_3) pada konsumen gula pasir curah diperoleh sebesar 0,00 yaitu lebih kecil dibandingkan α sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap konsumsi gula pasir curah di Kota Medan adalah nyata.

Pembahasan

1. Harga Beli

Menurut teori, bila harga naik maka permintaan akan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan akan naik. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang berkebalikan (Pracoyo, 2006). Namun pada penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang ada. Hal ini dikarenakan gula pasir merupakan salah satu bahan makanan pokok yang selalu dikonsumsi oleh konsumen walaupun harganya meningkat. Gula pasir yang ada di pasar ada 2 jenis yaitu, gula pasir curah dan gula pasir bermerek. Gula pasir bermerek memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan gula pasir curah. Sehingga apabila harga beli gula pasir curah meningkat, maka konsumen akan tetap membeli dan mengkonsumsi gula pasir curah tersebut.

2. Pendapatan

Menurut teori, bila pendapatan seseorang meningkat maka akan meningkatkan permintaannya terhadap suatu barang. Maka hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif (Pracoyo, 2006). Dalam hal ini pendapatan berpengaruh secara tidak nyata terhadap konsumsi gula pasir curah di Kota Medan. Jika pendapatan konsumen meningkat, konsumen tidak selalu membeli dan mengkonsumsi gula pasir dalam jumlah yang banyak pula.

3. Jumlah anggota keluarga

Hal ini berpengaruh secara nyata terhadap konsumsi gula pasir curah di Kota Medan. Menurut teori, semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan meningkatkan permintaan suatu barang. Hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah barang yang diminta adalah positif (Pracoyo, 2006).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan preferensi konsumen gula pasir curah di Kota Medan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Konsumen yang membeli gula pasir curah didominasi oleh konsumen yang berada pada rentang umur 25 – 29 tahun. Tingkat pendidikan konsumen terbesar ada pada tingkat pendidikan SMA. Jumlah anggota keluarga konsumen terbesar pada rentang 3 – 5 orang. Sementara jumlah anggota keluarga konsumen terkecil berada pada rentang ≥ 5 orang. Jumlah pendapatan konsumen terbesar berada pada kelompok 2.000.000 – 3.000.000.
2. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian gula pasir curah meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan perilaku pasca pembelian.
3. Harga beli konsumen dan pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah pembelian dan konsumsi gula pasir curah di Kota Medan. Namun, jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap jumlah pembelian dan konsumsi gula pasir curah di Kota Medan.

Saran

Kepada Konsumen

Diharapkan kepada konsumen konsumen membeli gula pasir curah di pasar tradisional karena harga gula pasir curah di pasar tradisional relatif lebih murah dibandingkan dengan swalayan/supermarket dan di kios/warung.

Kepada Penjual

Kepada penjual diharapkan untuk menyediakan gula pasir curah dalam jumlah yang lebih banyak karena rata-rata konsumen yang berbelanja di pasar tradisional membeli dan mengkonsumsi gula pasir curah, sehingga penjual memperoleh untung yang lebih besar.

Kepada Pemerintah

Pemerintah diharapkan membuat penetapan harga gula pasir curah yang dijual di pasar. Hal ini dikarenakan adanya variasi harga di tiap-tiap pasar pasar tradisional maupun di swalayan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesoemo, Tjokro. Dan A.S Bakri. 1984. *Teknologi & Peralatan Industri Gula (I) : Ekstraksi Nira Tebu*. Yayasan Pembangunan Indonesia Sekolah Tinggi Teknologi Industri. Surabaya
- Fachreza. 2012. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gula Pasir Di Kota Medan*. Skripsi pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. Medan
- Irawan dan Faried Wijaya. 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen : Implikasi pada startegi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Tim Penulis. 2000. *Pembudidayaan Tebu Di Lahan Sawah Dan Tegalan*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Walpole, R.E. 1992. *Pengantar Statistik Edisi ke-3*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta