



## PERILAKU KONSUMEN PADA PEMBELIAN BERAS DI KOTA MAKASSAR

### *Consumer Behavior on Purchasing of Rice in Makassar City*

Yulfirah Yusuf\*, A. Amrullah, A. Nixia Tenriawaru

Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,  
Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar

\*Kontak penulis: [yulfirahyusuf@yahoo.com](mailto:yulfirahyusuf@yahoo.com)

#### *Abstract*

One of the variables that cause differences in consumer behavior of purchasing rice is income. The purpose of this study is to identify the level of consumer income; rice attributes selected by consumers, and analyze the relationship between the level of consumer income with rice attributes. This research was conducted in Makassar City which is in traditional market of Pa'baeng-baeng and modern market of Lotte Mart. The object of study is the direct consumers that come shopping in the market Pa'baeng-baeng and Lotte Mart consists of 30 respondents respectively. The method of analysis is done by descriptive and Chi-Square. The results show that the quality, packing, and price attributes are related to the income level. While the physical characteristics of rice are not associated with income levels.

**Keywords:** rice; consumer behavior; rice attributes; consumer's level income.

Sitasi: Yusuf, Y., A. Amrullah, A. N. Tenriawaru, 2018. Perilaku Konsumen pada Pembelian Beras di Kota Makassar, *JSEP 14(2)*: 105 - 120.

### 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu konsumsi beras per kapita terbesar di dunia. Konsumsi beras per kapita di Indonesia tercatat hampir 150 kilogram (beras, per orang, per tahun) pada tahun 2017. Tingkat konsumsi ini melebihi tingkat konsumsi beras dunia yang berkisar 80 sampai dengan 90 kg/kapita/tahun. Faktor utama yang mendorong tingginya konsumsi adalah jumlah penduduk yang semakin besar.

Tingginya konsumsi beras di Indonesia juga dikarenakan adanya budaya makan rakyat Indonesia yang merasa belum makan jika belum mengkonsumsi nasi, meskipun kebutuhan karbohidratnya sudah dipenuhi dari makanan lain. Kebutuhan konsumen akan berbeda-beda antara konsumen satu dengan yang lain. Perbedaan kebutuhan beras ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pendapatan, selera konsumen, kualitas beras dan harga beras. Menurut Aji dkk (2000), segmen konsumen beras berbeda antara konsumen dengan pendapatan atas, menengah dan bawah. Namun secara umum sekitar 60% masyarakat masih memilih beras yang murah dengan kualitas yang rendah sampai sedang, sementara sisanya sekitar 40% memilih beras dengan kualitas yang bagus.

Kota Makassar adalah salah satu kota dengan jumlah penduduk pertumbuhannya cukup pesat. Pertumbuhan penduduk yang setiap harinya meningkat juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakatnya. Beras yang

dikonsumsi oleh masyarakat baik individu, rumah tangga maupun usaha jasa berbeda-beda. Konsumen pun terdiri dari beragam tingkatan sosial, salah satunya bisa dilihat melalui tingkat pendapatan masyarakat, yakni pendapatan tinggi dan pendapatan rendah. Garis pendapatan konsumsi menunjukkan bahwa perbedaan pendapatan yang diperoleh menyebabkan perbedaan pola konsumsi pada setiap konsumen. Perbedaan pendapatan masing-masing masyarakat Kota Makassar merupakan salah satu indikator dimana menyebabkan perbedaan perilaku konsumen dalam membeli beras untuk dikonsumsi setiap hari. Selain itu, banyaknya jenis beras dan merek tertentu dimana kualitas dan harga yang ditawarkan berbeda-beda, yang akan membuat konsumen untuk memutuskan beras yang mana yang menjadi pilihannya untuk dibeli. Beras dijual kepada konsumen khususnya di Kota Makassar bisa diperoleh langsung di pasar tradisional dan pasar modern yang tersebar di Kota Makassar. Jenis pasar cenderung membuat konsumen memilih yang sesuai dengan kebutuhannya dan keinginannya dalam memperoleh beras. Konsumen akan memperlihatkan perbedaannya dalam mengkonsumsi beras berdasarkan pilihannya dalam memilih atribut-atribut beras.

Beberapa studi mengenai perilaku konsumen dalam membeli beras seperti yang dilakukan oleh Eka Putra dkk., (2016) yang meneliti perilaku konsumen membeli beras organik di kota Denpasar; Setiawan dkk., (2016) yang meneliti perilaku konsumen dalam pembelian beras organik produksi di Kabupaten Pringsewu; Arini dkk., (2018) dan Ikasari dkk., (2016) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras di Kota Makassar dan Kota Batu Malang; Purwaningsih (2009) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumen beras organik di Surakarta.

Secara spesifik studi tentang perilaku konsumen membeli beras dalam kaitannya dengan tingkat pendapatan dan atribut beras masih sangat kurang terutama di lokus pasar tradisional dan pasar modern di kota Makassar, dan karena itu penelitian ini relevan untuk dilakukan. Atas dasar itu, maka penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi tingkat pendapatan konsumen beras dan atribut beras yang dipilih konsumen, serta menganalisis hubungan tingkat pendapatan konsumen beras di Kota Makassar dengan atribut beras.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar dengan memilih pasar tradisional dan pasar modern secara sengaja (*purposive*). Pasar tradisional yang dipilih sebagai lokasi adalah Pasar Pa'baeng-baeng dengan mempertimbangkan bahwa pasar tersebut banyak dikunjungi oleh konsumen karena merupakan salah satu pasar terbesar di Kota Makassar, mudah dijangkau, serta memiliki banyak penjual beras dibanding pasar-pasar lainnya. Sedangkan pasar moderen yang dipilih adalah Lotte Mart dengan mempertimbangkan bahwa di pasar tersebut menjual/menyediakan lebih banyak jenis beras dibanding pasar modern lainnya sehingga membuat konsumen memiliki banyak pilihan ketika ingin membeli beras untuk dikonsumsi. Jenis pasar akan memberikan perbedaan dalam pemenuhan kebutuhan yang dilihat berdasarkan tingkat pendapatan konsumen dengan atribut beras.

Teknik penentuan responden pada penelitian menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu *accidental sampling*. Teknik ini adalah pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2004). Metode *accidental sampling* ini digunakan dengan alasan banyaknya populasi konsumen yang membeli beras dan responden tidak diketahui secara pasti. Sedangkan metode *accidental sampling* merupakan prosedur *sampling* yang memilih sampel dari responden yang paling mudah dijumpai atau secara kebetulan bertemu pembeli dengan peneliti maka dapat diambil sebagai sampel.

Pada penelitian ini jumlah sampel tidak bisa diketahui secara pasti maka untuk menentukan jumlah sampelnya menurut Rianse dan Abdi (2008) dapat ditentukan berdasarkan waktu yang digunakan untuk penelitian. Adapun waktu yang digunakan yakni 4 kali dalam seminggu (Hari Kamis, Jumat, Sabtu dan Minggu) dengan batasan sampel minimal 3 orang perhari untuk masing-masing lokasi penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 60 responden dengan rincian 30 responden di pasar tradisional dan 30 responden di pasar modern. Dalam penelitian ini sampel diperoleh dari konsumen langsung yang datang berbelanja di lokasi penelitian.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan melalui pengamatan langsung dilapangan (observasi) terhadap responden. Data dari responden dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disusun untuk mengidentifikasi tingkat pendapatan kosumen di Kota Makassar, mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi pilihan konsumen dan menganalisis hubungan tingkat pendapatan konsumen dengan atribut beras. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari, menelaah buku-buku, internet, jurnal, dan artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir 2005). Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan dalam mengidentifikasi tingkat pendapatan konsumen di Kota Makassar dan mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi pilihan konsumen. Langkah awal dalam analisis deskriptif adalah membuat tabel distribusi frekuensi sederhana berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari kuisioner. Data tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, ditabulasikan, kemudian dipersentasekan dengan persamaan:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

- P = Persentase responden yang memiliki kategori tertentu
- $f_i$  = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu
- $\sum f_i$  = Total jawaban

Uji *chi square* (khi kuadrat) yaitu suatu metode pengujian untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang terhadap dari beberapa variabel yang diamati. Pengujian khi kuadrat biasanya digunakan untuk mengetahui frekuensi 2 data observasi terhadap frekuensi data observasi yang diharapkan (*expected value*)

(Rahmawati, 2013). Berdasarkan data tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh suatu observasi terhadap observasi lainnya. Dalam penelitian ini, uji kai kuadrat digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang terdapat pada tingkat pendapatan konsumen dengan atribut beras. Dengan menggunakan software SPSS IMB 24. Setelah  $X^2$  hitung didapat, kemudian dibandingkan dengan  $X^2$  tabel dengan kaidah keputusan :

1. Jika  $X^2$  hitung  $\leq X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti tidak terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut beras.
2. Jika  $X^2$  hitung  $\geq X^2$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut beras.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Identitas Responden

##### Umur

Teori pengukuran pengetahuan, sikap dan perilaku menurut Huclok (Wawan dan Dewi, 2010) mengemukakan bahwa semakin berumur seseorang, maka tingkat kematangan dan kekuatan dalam bekerja dan berfikir semakin tinggi. Yang dimaksud dalam bekerja dan berfikir adalah bagaimana ketika seseorang mampu menimbulkan hal-hal positif sehingga dapat mengambil keputusan dengan baik dalam hal apapun. Seseorang yang memiliki umur yang lebih matang lebih dipercaya dibandingkan dengan umur yang masih remaja atau anak-anak karena memiliki lebih banyak pengalaman. Dalam penelitian ini sebagaimana yang ditunjukkan Tabel 1 menggambarkan bahwa responden sebagian besar berumur  $\geq 49$  tahun, yang dikategorikan sebagai umur tua. Kategori umur ini merupakan kategori yang lebih teliti dalam membeli karena sudah memiliki pengalaman lebih banyak dalam hal memutuskan pembelian terhadap suatu produk beras untuk dikonsumsi. Sejalan dengan pendapat Hees at al., (2005) yang menguji perbedaan usia dalam fungsi sosial kognitif dan menemukan bukti bahwa individu yang lebih tua memungkinkan dalam menarik kesimpulan yang konsisten daripada individu yang berusia muda.

Tabel 1  
Identitas Responden Berdasarkan Umur di Pasar Tradisional dan Pasar Modern,  
Kota Makassar, 2017

No.	Kisaran Umur (Tahun)	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	25 - 36	4	13,3	8	26,7
2.	37 - 48	12	40,0	9	30,0
3.	$\geq 49$	14	46,7	13	43,3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

### Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah sesuatu yang membedakan antara pria dan wanita yang memiliki ciri yang berbeda. Wanita merupakan konsumen yang potensial karena perilaku wanita lebih konsumtif dibanding pria (Sumarwan, 2011). Meskipun pada umumnya dalam melakukan pembelian, wanita lebih emosional dibanding pria yang lebih rasional. Anak perempuan seringkali dididik agar lebih ekspresif, simpatik, memelihara, kooperatif, mandiri dan senang membantu (Davidson dan Freundenburg, 1996). Ketika memasuki kedewasaan, wanita diberikan tanggungjawab untuk mengurus rumahtangga, merawat anak dan keluarga. Jenis kelamin responden pada penelitian ini ditampilkan sebagaimana data yang disajikan pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa seluruh responden pada penelitian ini, baik di pasar tradisional maupun di pasar modern seluruhnya berjenis kelamin perempuan. Perempuan dikenal lebih teliti melakukan pembelian dibanding laki-laki dalam hal memilih bentuk produk yang akan dibeli sampai dengan harga produk tersebut, perempuan terkenal akan ketelitiannya membeli produk dalam hal ini beras untuk dikonsumsi. Hal ini sangat didukung oleh pendapat Engel et al., (1994) yang mengemukakan bahwa wanita merupakan pembeli potensial karena cenderung membeli produk lebih banyak dan lebih cepat tertarik.

Tabel 2  
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Jenis Kelamin	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1. Laki-laki	0	0,0	0	0,0
2. Perempuan	30	100,0	30	100,0
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

### Pekerjaan

Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa pekerjaan merupakan salah satu yang menjadi faktor seseorang dalam perilaku membeli sehingga mempengaruhi pola konsumsinya. Suatu pekerjaan yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi gaya hidup yang juga menentukan perilaku konsumsinya. Jenis pekerjaan responden pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pekerjaan responden didominasi oleh pekerjaan sebagai ibu rumah tangga. Umumnya ibu rumah tangga memiliki peran fokus untuk mengurus rumah tangga. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ibu rumah tangga dapat diartikan sebagai seorang wanita yang mengatur penyelenggaraan berbagai macam pekerjaan rumah tangga atau ibu rumah tangga merupakan seorang istri (ibu) yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga (tidak bekerja dikantor).

Tabel 3  
 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan  
 di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

No.	Jenis Pekerjaan	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Ibu Rumah Tangga	15	50,0	12	40,0
2.	Pegawai Swasta	3	10,0	4	13,3
3.	PNS	6	20,0	5	16,7
4.	Wiraswasta	6	20,0	7	23,3
5.	Pegawai BUMN	0	0,0	1	3,3
6.	Konsultan	0	0,0	1	3,3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

*Tingkat Pendidikan*

Pendidikan merupakan upaya manusia dewasa membimbing manusia yang belum dewasa kepada kedewasaan. Pendidikan ialah usaha menolong anak untuk melaksanakan tugas-tugas hidupnya agar bisa mandiri, akil-baliq, dan bertanggungjawab secara susila. Pendidikan adalah usaha mencapai penentuan-diri-susila dan tanggung jawab. Tujuan pendidikan yaitu untuk pendewasaan diri, dengan ciri-cirinya yaitu kematangan berpikir, kematangan emosional, memiliki harga diri, sikap dan tingkah laku yang dapat diteladani serta kemampuan pengevaluasian diri. Kecakapan atau sikap mandiri dapat ditandai pada sedikitnya ketergantungan pada orang lain dan selalu berusaha mencari sesuatu tanpa melihat orang lain (Fitriani, 2015).

Tingkat pendidikan responden sangat mempengaruhi sifat, cara berfikir, sikap dan perilaku, serta cara mengambil keputusan dalam kepentingan kebutuhan keluarga. Tingkat pendidikan juga sangat menentukan terhadap penerimaan inovasi baru dan akan lebih waspada dalam mempertimbangkan resiko saat mengambil keputusan membeli. Tingkat pendidikan responden pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4  
 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan  
 di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

No.	Jenis Pendidikan	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	S2	2	6,7	2	6,7
2.	S1	8	26,7	17	56,7
3.	DIPLOMA	2	6,7	1	3,3
4.	SLTA	12	40,0	10	33,3
5.	SLTP	3	10,0	0	0,0
6.	SD	3	10,0	0	0,0
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh responden yang membeli beras telah pernah menempuh pendidikan formal. Responden yang membeli beras di pasar tradisional sebagian besar memiliki tingkat pendidikan terakhir SLTA, sedangkan yang membeli beras di pasar modern sebagian besar di tingkat S1. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang apa yang menjadi seleranya untuk berbelanja di pasar. Pengetahuan yang dimaksud disini mencakup pengalaman seseorang membeli beras berdasarkan atribut beras. Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat yang berperan meningkatkan kualitas hidup. Kecenderungannya semakin tinggi pendidikan suatu masyarakat maka akan semakin baik kualitas sumber daya manusianya (Fitriani, 2015).

*Tingkat Pendapatan Konsumen*

Menurut Badan Pusat Statistik (2008), tingkat pendapatan digolongkan menjadi Tingkat pendapatan sangat tinggi (>Rp 3.500.000 per bulan), Tingkat pendapatan tinggi (Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000 per bulan), Tingkat pendapatan sedang (Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000 per bulan) dan Tingkat pendapatan rendah (< Rp 1.500.000 per bulan). Tabel 5 menunjukkan penggolongan tingkat pendapatan responden konsumen pembeli beras berdasarkan pasar tradisional dan pasar modern.

Tabel 5  
 Penggolongan Pendapatan Responden di Pasar Tradisional dan Pasar Modern,  
 Kota Makassar 2017

No.	Skala Interval	Pasar Tradisional	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	1.500.000 – 2.750.000	18	60,0
2.	2.750.001 – 4.000.000	12	40,0
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100,0</b>

  

No.	Skala Interval	Pasar Modern	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	5.500.000 – 7.000.000	10	33,3
2.	7.000.001 – 8.500.000	20	66,7
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100,0</b>

Tabel 5 menunjukkan bahwa pendapatan responden di pasar tradisional didominasi oleh golongan pendapatan Rp 1.500.000 - Rp 2.750.000 yang dikategorikan sebagai golongan pendapatan rendah. Sedangkan di pasar modern didominasi oleh pendapatan dengan kisaran Rp 7.000.001 - Rp 8.500.000 yang dikategorikan sebagai golongan pendapatan tinggi. Kondisi ekonomi seseorang dapat mempengaruhi setiap pemilihan produk khususnya beras yang mereka beli. Besar kecilnya pendapatan akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi seseorang. Soekartawati menjelaskan bahwa pendapatan akan

mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Bahkan sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan, beras yang dikonsumsi adalah beras dengan kualitas kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka kualitas beras yang dikonsumsi menjadi lebih baik (Irawan, 2010).

### ***Atribut Beras Pilihan Konsumen***

Kecenderungan konsumen dalam membeli beras akan disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan serta apa yang menjadi keinginannya. Beras yang di pasarkan di pasar modern umumnya telah dalam bentuk kemasan dengan merek dan label tertentu. Harga yang ditawarkan oleh beras kemasan pun cenderung lebih mahal dari pada beras curah di pasar atau ritel tradisional. Berbelanja di pasar tradisional ataupun pasar modern masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Kehadiran pusat perbelanjaan seperti pasar modern dengan berbagai macam daya tarik yang dimiliki, secara langsung telah mendominasi pasar tradisional (Sujana, 2005). Namun dilihat dari segi atribut produk antara pasar tradisional dan pasar modern sangat jauh berbeda. Beras yang dibeli di pasar tradisional, harganya bisa ditawar dan bisa dibeli dalam bentuk literan ataupun kilogram, sedangkan di pasar modern tidak memiliki karakteristik demikian. Pasar modern cenderung mengedepankan kualitas produk tersebut, salah satunya bisa dilihat dari kemasan dan tempat berbelanjanya yang lebih bersih dibanding pasar tradisional. Berikut ini identifikasi atribut beras pilihan oleh konsumen yang membeli beras di pasar tradisional dan pasar modern.

#### *Fisik Beras*

Menurut William J. Stanton, produk secara sempit dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Pada penelitian ini, fisik beras dibagi menjadi bentuk bulir dan derajat putih. Bentuk bulir merupakan bentuk biji pada beras. Ukuran beras secara umum digolongkan atas butir sangat panjang ( $> 7\text{mm}$ ), panjang (6 - 6,9 mm), sedang (5 - 5,9 mm) dan pendek ( $< 5\text{ mm}$ ). Sedangkan bentuknya digolongkan menjadi tiga tipe, yaitu lonjong (ramping), panjang, dan bulat. Di pasaran internasional, beras ukuran panjang mempunyai preferensi yang tinggi serta memberikan perbedaan harga yang jelas. Berbeda dengan di Indonesia, ukuran biji beras tidak memberikan perbedaan terhadap harga beras (Damardjati dan Oka dalam Damardjati, 1995). Sedangkan atribut derajat putih atau warna dapat dilihat secara kasat mata. Dimana penilaian terhadap atribut derajat putih semua untuk jenis beras, memiliki tingkat warna putih yang berbeda-beda. Namun diasumsikan atribut warna pada beras yang dimaksud adalah tingkat derajat putih beras yang memiliki warna beras yang mengkilap. Atribut tingkat putih pada beras menjadi salah satu ketertarikan konsumen pada saat membeli beras untuk dikonsumsi.

Jumlah responden yang membeli beras untuk dikonsumsi berdasarkan atribut fisik yakni bentuk bulir dan derajat putih di pasar tradisional dan pasar modern dapat dilihat pada Tabel 6. Sebagian besar responden di kedua jenis pasar memilih atribut fisik bentuk bulir beras sebagai alasan untuk membeli beras. Bentuk bulir bisa menentukan cepat tidaknya nasi rusak (basi), semakin banyak beras kepala (bentuk

panjang) dibanding beras patah, maka beras tersebut sangat baik untuk dikonsumsi. Dimana butir-butir beras utuh disebut sebagai beras kepala. Beras kepala memiliki harga yang lebih mahal, warnanya pun umumnya tidak menggairahkan sehingga konsumen kurang menyukai beras diluar dari jenis beras kepala tersebut.

Sejalan dengan pendapat Moehyi (1992) bahwa butiran-butiran biji beras tampak utuh atau tidak banyak yang patah merupakan patokan yang dapat digunakan dalam memilih beras yang baik. Menurut Balai Besar Penelitian Tanaman Padi (2016) menyatakan bahwa berdasarkan definisi SNI tentang keutuhan dan kepatahan bentuk beras, pada dasarnya bentuk beras tidak mempengaruhi keamanan konsumsi beras. Faktor bentuk dan kenampakan beras lebih berpengaruh pada nilai estetika produk dan taraf sosial konsumennya.

Tabel 6  
Jumlah Responden Berdasarkan Atribut Fisik Beras  
di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Fisik Beras	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Bentuk Bulir	18	60,0	20	66,7
Derajat Putih	12	40,0	10	33,3
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

#### Mutu Beras

Secara umum mutu beras bergantung pada mutu giling, tanak, dan pengolahan. Mutu giling, tanak, dan pengolahannya mengacu pada kesesuaian biji beras dengan produk akhir yang dituju. Mutu bisa dilihat berdasarkan aroma pada berasnya dan rasa yang dihasilkan oleh beras. Dalam penentuan mutu, rasa nasi dikenal nasi pera dan nasi pulen. Nasi pera adalah nasi keras dan kering setelah dingin, tidak lekat satu sama lain, dan lebih mengembang dari nasi pulen. Nasi pulen ialah nasi yang cukup lunak walaupun sudah dingin, lengket tetapi kelengketannya tidak sampai seperti ketan, antar biji lebih berlekatan satu sama lain dan mengkilat (Haryadi, 2006).

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden di pasar tradisional dan pasar modern didominasi oleh responden yang memilih atribut aroma. Aroma didominasi dari jenis beras yang memiliki mutu lebih baik, dibanding beras yang tidak beraroma. Sedangkan kepulenan didominasi dari tingkat preferensi (kesukaan) masing-masing konsumen. Beras yang beraroma (wangi pandan) memiliki kualitas yang lebih baik dibanding beras yang memiliki bau apek, sedangkan untuk kepulenan beras sendiri tergantung cara memasak nasi tersebut.

Sejalan dengan pendapat Juliano (1994) yang mengatakan bahwa kepulenan dan aroma nasi dipengaruhi oleh varietas padinya. Lama penyimpanan beras tidak mempengaruhi rasa nasi, tetapi mempengaruhi baunya. Beras yang disimpan lebih lama memiliki bau lebih apek yang tercium ketika sudah menjadi nasi. Rasa manis terutama dipengaruhi oleh kandungan gula reduksi pada nasi.

Tabel 7  
 Jumlah Responden Berdasarkan Mutu Beras di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Mutu Beras	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Aroma	16	53,3	18	60,0
Kepulenan	14	46,7	12	40,0
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

Menurut Balai Besar Penelitian Tanaman Padi (2015), masyarakat Indonesia memiliki kesukaan yang berbeda terhadap tekstur nasi; sebagian menyukai nasi dengan tekstur pulen dan sebagian lagi menyukai nasi dengan tekstur pera. Dari hasil penelitian terdahulu diperoleh informasi bahwa tekstur nasi dipengaruhi oleh komposisi komponen penyusun pati dalam butir beras, yaitu *amilosa* dengan struktur rantai lurus dan *amilopektin* dengan struktur rantai bercabang. Kadar *amilopektin* tinggi bertanggung jawab terhadap tekstur lengket/pulen nasi, sebaliknya kadar *amilosa* yang tinggi bertanggung jawab terhadap tekstur keras/pera nasi.

*Kemasan Beras*

Kemasan merupakan salah satu atribut yang paling penting pada beras. Menurut Kotler dan Keller (2009), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Beras yang dipasarkan melalui pasar tradisional atau langsung ke konsumen biasanya dikemas dalam kantung plastik transparan atau karung plastik, sedangkan beras yang dipasarkan di pasar modern dikemas dalam karung (memiliki label, kandungan gizi, uji laboratorium, dan lain-lain) kualitas tidak diragukan. Ukuran kemasannya pun berbeda-beda, sejauh mana kemasan memberikan pengaruh terhadap minat konsumen dalam membeli beras. Dimana tiap-tiap konsumen masing-masing melihat apakah kemasan yang dibeli sangat menarik perhatiannya atau kemasan bagi konsumen itu biasa-biasa saja (tidak menarik perhatiannya). Tergantung sejauh mana konsumen memperhatikan kemasan tersebut (daya tarik konsumen) dalam membeli. Ukuran kemasan bervariasi mulai dari 5 kg, 10 kg, 20 kg dan 25 kg. Berdasarkan hasil penelitian, jumlah responden yang membeli beras berdasarkan atribut kemasan di pasar tradisional dan pasar modern dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8  
 Jumlah Responden Berdasarkan Atribut Kemasan Beras di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Kemasan Beras	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
≥25 Kg	12	40,0	10	33,3
<25 Kg	18	60,0	20	66,7
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

Tabel 8 menunjukkan dominasi atribut kemasan oleh responden di pasar tradisional dan pasar modern secara bersamaan. Sebagian besar memilih kemasan yang dibeli <25 kg (literan, kiloan, 5 kg, dan 10 kg). Konsumen di pasar tradisional lebih memilih membeli beras dalam jumlah kecil karena disesuaikan dengan jumlah anggota keluarganya dan pendapatannya. Sedangkan di pasar modern juga lebih memilih membeli beras dalam jumlah kecil karena disebabkan oleh kebiasaan responden yang mengkonsumsi makanan lain selain beras. Sejalan dengan pendapat Elfrida (2014) yang menyatakan bahwa jumlah konsumsi beras rumah tangga pada pendapatan tinggi paling sedikit jumlahnya dibanding dengan jumlah konsumsi beras pada pendapatan sedang dan pendapatan rendah. Masyarakat yang berpendapatan tinggi rata-rata mengkonsumsi beras hanya 40,2 kg perbulannya. Hal ini disebabkan karena mereka lebih senang mengkonsumsi bahan makanan lain selain beras setiap harinya di rumah. Sedangkan masyarakat berpendapatan sedang rata-rata mengkonsumsi beras 50,4 kg perbulannya. Mereka lebih sering makan di rumah selain menghemat biaya juga karena alasan makanan di rumah lebih terjamin keamanannya.

#### *Harga Beras*

Harga merupakan salah satu atribut yang paling dipertimbangkan konsumen pada saat membeli produk. Harga memiliki fungsi sebagai alat pengukur dan pembeda suatu barang. Dari sudut pandang pembeli, harga juga sering dikaitkan dengan kualitas barang, semakin mahal suatu barang biasanya semakin baik kualitas barang tersebut. Dengan adanya harga tersebut maka kita dapat membedakan mana barang yang berkualitas dan mana barang yang berkualitas kurang baik (Kotler, 2000). Pada penelitian ini, harga dibedakan menjadi 2, yakni  $\geq$ Rp 12.800 dan  $>$ Rp 12.800. Harga tersebut dipilih karena mencakup harga yang ada di pasar tradisional dan pasar modern. Tabel 9 menunjukkan jumlah responden yang membeli beras berdasarkan atribut harga di pasar tradisional dan pasar modern.

Tabel 9  
Jumlah Responden Berdasarkan Harga Beras di Pasar Tradisional dan Pasar Modern,  
Kota Makassar 2017

Atribut Harga	Pasar Tradisional		Pasar Modern	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
$\geq$ Rp 12.800/kg	12	40,0	20	33,3
$>$ Rp 12.800/kg	18	60,0	10	66,7
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa untuk pasar tradisional responden lebih memilih harga yakni sebesar  $>$ Rp. 12.800/kg dengan jumlah responden sebanyak 18 orang. Sedangkan di pasar modern responden lebih memilih harga yakni sebesar  $\geq$ Rp. 12.800/kg dengan jumlah responden sebanyak 20 orang. Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden yang beranggapan bahwa minat pembelian muncul pada saat mereka melihat harga beras tersebut kemudian disertai dengan atribut-atribut lainnya. Sering kali minat (*Interest*) digambarkan

sebagai suatu situasi seseorang sebelum melakukan sebuah tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler, 2000).

**Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Beras**

Soekartawi (1993) menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahkan sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan, beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan, maka kualitas beras yang dikonsumsi menjadi yang lebih baik.

Dalam penelitian ini kategori pendapatan responden dibedakan menjadi 2, yakni kategori pendapatan tinggi dan kategori pendapatan rendah. Dari identifikasi pendapatan konsumen akan dihubungkan dengan atribut beras yang diteliti, yakni fisik beras yang terdiri dari bentuk bulir dan derajat putih, mutu beras yang terdiri dari aroma dan kepulenan, kemasan beras, serta harga beras.

**Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Fisik Beras**

Untuk mengetahui hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut bentuk bulir di pasar tradisional dan pasar modern diuraikan analisis sebagaimana yang ditampilkan pada Tabel 10.

Tabel 10  
 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Fisik Beras  
 di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Fisik Beras	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Tradisional				Total		$\chi^2=0,136$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
Bentuk Bulir	7	46,7	6	40,0	13	43,3	
Derajat Putih	8	53,3	9	60,0	17	56,7	
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	

Atribut Fisik Beras	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Modern				Total		$\chi^2=0,089$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
Bentuk Bulir	10	55,6	6	50,0	16	53,3	
Derajat Putih	8	44,4	6	50,0	14	46,7	
<b>Jumlah</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	

Hasil perhitungan uji *chi square* di pasar tradisional menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2 = 0,136$ ,  $X^2$  hitung  $\leq X^2$  tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2$ ,  $df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  diterima atau tidak terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut fisik beras yakni atribut bulir beras dan derajat putih pada beras. Begitupun hasil perhitungan uji *chi square* di pasar modern menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2 = 0,089$ ,  $X^2$  hitung  $\leq X^2$  tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2$ ,  $df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  diterima atau tidak terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut fisik beras yakni atribut bulir beras dan derajat putih pada beras.

#### Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Mutu Beras

Untuk mengetahui hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut mutu beras di pasar tradisional dan pasar modern diuraikan data sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11  
Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Mutu Beras  
di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Mutu Beras	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Tradisional				Total		$X^2=3,333$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
Aroma	10	66,7	5	33,3	15	50,0	
Kepulenan	5	33,3	10	66,7	15	50,0	
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	

  

Atribut Mutu Beras	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Modern				Total		$X^2=2,801$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
Aroma	13	72,2	5	41,7	18	60	
Kepulenan	5	27,8	7	58,3	12	40	
<b>Jumlah</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	

Hasil perhitungan uji *chi square* di pasar tradisional menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2 = 3,333$ ,  $X^2$  hitung  $\geq X^2$  tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2$ ,  $df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak atau terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut mutu beras di pasar tradisional. Begitupun hasil perhitungan uji *chi square* di pasar modern menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2 = 2,801$ ,  $X^2$  hitung  $\geq X^2$  tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2$ ,  $df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak atau terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut mutu beras di pasar modern.

Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Kemasan Beras

Hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut kemasan di pasar tradisional dan pasar modern diuraikan data sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 12. Hasil perhitungan uji *chi square* di pasar tradisional menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2$  hitung = 2,801,  $X^2$  hitung  $\geq X^2$ tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2, df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak atau terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut kemasan beras di pasar tradisioanal. Begitupun hasil perhitungan uji *chi square* di pasar modern menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2$  hitung = 2,801,  $X^2$  hitung  $\geq X^2$ tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2, df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak atau terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut kemasan di pasar modern.

Tabel 12  
 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Kemasan Beras  
 di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Kemasan	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Tradisional				Total		$X^2=2,801$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
$\geq 25$ Kg	5	27,8	7	58,3	12	40,0	
$< 25$ Kg	13	72,2	5	41,7	18	60,0	
<b>Jumlah</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	

  

Atribut Kemasan	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Modern				Total		$X^2=2,801$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
$\geq 25$ Kg	5	25,0	5	50,0	10	33,3	
$< 25$ Kg	15	75,0	5	50,0	20	66,7	
<b>Jumlah</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>10</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	

Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Harga Beras

Hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut harga beras di pasar tradisional dan pasar modern diuraikan data sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 13. Hasil perhitungan uji *chi square* di pasar tradisional menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2= 2,801, X^2$  hitung  $\geq X^2$ tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2, df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak atau terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut harga di pasar tradisional. Begitupun untuk hasil Perhitungan uji *chi square* di pasar modern menunjukkan bahwa hasil nilai  $X^2= 1,875, X^2$  hitung  $\geq X^2$ tabel 1,642 ( $\alpha = 0,2, df 1 = 1,642$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak atau terdapat hubungan antara tingkat pendapatan dengan atribut harga beras di pasar modern.

Tabel 13  
Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Atribut Harga Beras  
Di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, Kota Makassar 2017

Atribut Harga	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Tradisional				Total		$\chi^2=2,801$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
≥Rp 12.800/kg	7	58,3	5	27,8	12	40,0	
<Rp 12.800/kg	5	41,7	13	72,2	18	60,0	
<b>Jumlah</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	

  

Atribut Harga	Kategori Pendapatan Responden di Pasar Modern				Total		$\chi^2=1,875$
	Tinggi		Rendah		N	%	
	N	%	N	%			
≥Rp 12.800/kg	15	75,0	5	50,0	20	66,7	
<Rp 12.800/kg	5	25,0	5	50,0	10	33,3	
<b>Jumlah</b>	<b>10</b>	<b>100,0</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	

#### 4. Kesimpulan

Tingkat pendapatan konsumen di pasar tradisional secara bersamaan didominasi oleh kategori pendapatan Rp 1. 500.000 - Rp 2.750.000. Namun di pasar modern tingkat pendapatan konsumen cenderung didominasi oleh kategori pendapatan Rp 7.000.001 - Rp. 8.500.000. Atribut beras yang dipilih konsumen di pasar tradisional adalah fisik beras yakni bentuk bulir, mutu beras (aroma), kemasan yakni (<25 kg {5 kg, 10, kg dan 20 kg}), harga (<Rp 12.800). Sedangkan di pasar modern adalah fisik beras yakni bentuk bulir, mutu beras (aroma), kemasan (<25 kg {5 kg, 10, kg dan 20 kg}), harga (≥Rp 12.800). Tingkat pendapatan konsumen memiliki hubungan dengan atribut mutu, kemasan, dan harga, namun fisik beras tidak memiliki hubungan dengan tingkat pendapatan konsumen beras di Kota Makassar.

#### Daftar Pustaka

- Aji, J.M., Widodo A. 2010. *Perilaku Konsumen pada Pembelian Beras Bermerk di Kabupaten Jember dan Faktor yang Mempengaruhinya*. J-SEP 4 (3).
- Arini, St. R. L., M.H. Jamil, A.N. Tenriawaru. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras di Kota Makassar*. [digilib.unhas.ac.id/.../M2ExMGM4MDVmYjliYmM5ZmVjZDBkYWU4OGM5OGViN2](http://digilib.unhas.ac.id/.../M2ExMGM4MDVmYjliYmM5ZmVjZDBkYWU4OGM5OGViN2)
- Badan Pusat Statistik. 2008. *Analisis Perkembangan Statistik Ketenagakerjaan (Laporan Sosial Indonesia 2007)*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. 2016. *Warta Penelitian dan Pengembangan*. Vol. 28(6). Diakses tanggal 24 November 2016.

- Damardjati, D.S. dan Endang Y.P. 1991. "Mutu Beras", dalam Buku 3, Eds: Soenarjo dkk, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, Bogor.
- Davidson, D.J. and Freudenburg, W.R. 1996. *Gender and environmental risk concerns : a review and analysis of available research*, *Environment and Behavior*, Vol. 28 No. 3, pp. 302.
- Eka Putra, I.K.T., Sukaatmadja, I.P.G., Yasa, N.N. K., 2016. *Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik Di kota Denpasar Berdasar Theory of Planned Behavior*. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 5.8(2016): 2609- 2638.
- Engel, J.F. et al., 1994, *Consumer Behavior*, Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto, Penerbit : Binarupa Aksara, Jakarta.Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Fitriani, L., 2015. *Konsep Pendidikan K.H. AHMAD DAHLAN*. Universitas Pendidikan Indonesia: repository.upi.
- Haryadi. 2006. *Teknologi Pengolahan Beras*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ikasari, D.M., Deoranto, P., Silalahi, R.L.R., dan Citraresmi, A.D.P., 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Organik*. *Jurnal Teknologi Pertanian* Vol. 17 No. 1 [April 2016] 69-78.
- Irawan, B. 2010. *Analisis Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Pada Agroekosistem Tipe Sawah Tadah Hujan Dan Lahan Kering Di Kabupaten Lampung Selatan*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Juliano, B. O. 1994. *Improving Starch For Food And Industrial Application*. *Current Opinion in Plant Biology* 7 (2) : 210-218.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Moehyi, S. 1992. *Makanan Institusi dan Jasa Boga*. Jakarta : PT Bharata
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purwaningsih, B., 2009. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pola Perilaku Konsumen Beras Organik (Studi Exploratif Mengenai Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pola Perilaku Konsumen Beras Organik di Surakarta)*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. 164 halaman.
- Rahmawati. 2013. *Ekologi Keong Bakau (Telescopium telescopiumk, Linnaeus 1758)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rianse dan Abdi. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, A., Zakaria, W.A., Indriani, Y., 2016. *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu (Consumer Behaviour Of The Organic Rice Pringsewu Regency Production)*. *JIIA*, Volume 4, No. 2, Mei 2016.
- Soekartawi. 1993. *Usaha Tani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta: UI Press.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sujana, Asep ST. 2005. *Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sumarwan, U., et al. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian Kepuasan, Perilaku, Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press.
- Wawan, A dan Dewi, M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.