

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK BERAS LOKAL
DI PASAR TRADISIONAL KECAMATAN PENAJAM
KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA**

Oleh : Anugrahita Melinia TriHaksami ^{*)}

ABSTRACT

This research is conducted to know the effect of marketing mix to consumer decision in buying of local rice product at traditional market of Penajam Sub-district of North Penajam Paser. Methods of data collection in this study was conducted by Observation, Questionnaire and Interview or interview located at the Traditional Market District Penajam North Penajam Paser Regency. Based on the results of data analysis, F test results show that product (X1), price (X2), promotion (X3) and distribution (X4) simultaneously significantly influence the decision of purchasing local rice in Traditional Market of Penajam Sub-district of North Penajam Paser Regency. The result of t test shows that the price (X2) and the distribution (X4) have a significant effect on the local rice purchase decision. While product (X1) and promotion (X3) have an insignificant effect to decision of purchasing of local rice in Traditional Market of Penajam Sub-Province of Penajam Paser Utara Regency. The contribution of marketing mix factor to local rice purchasing decision in Penajam Sub-district Traditional Market of Penajam Paser Utara Regency is 22.60% and the rest of 77.40% is explained by other variables or factors outside the variables X1, X2, X3, and X4. The price has a dominant effect on the decision to buy. This is indicated by the beta value coefficient value variable 0.284 greater than 0.209 distribution variables, 0.176 products and the lowest is a promotion of 0.026. This means that the better the price offered in accordance with the quality then affects the decision to purchase rice to consumers.

Key word : Mix, Rice, Local, Traditional market

PENDAHULUAN

Beras merupakan makanan pokok bagi lebih dari 95 % penduduk Indonesia. Petani padi menyediakan lapangan pekerjaan dan sebagai sumber pendapatan bagi jutaan rumah tangga pertanian. Selain itu, beras juga merupakan komoditas politik yang sangat strategis, sehingga produksi beras dalam negeri menjadi tolak ukur ketersediaan pangan bagi Indonesia. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika campur tangan pemerintah Indonesia sangat besar dalam upaya peningkatan produksi dan stabilitas harga beras.

Kecukupan pangan (terutama beras) dengan harga yang terjangkau telah menjadi tujuan utama kebijakan pembangunan pertanian. Kekurangan pangan bisa menyebabkan kerawanan ekonomi, sosial, dan politik yang dapat menggoyahkan stabilitas nasional. Kebijakan impor dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri yang terus meningkat, dan agar harga beras terjangkau oleh sebagian besar konsumen. Secara umum, selama lebih dari tiga dekade produksi beras dalam negeri

**) Dosen Program Studi Agribisnis, Sekolah Tinggi Pertanian Muhammadiyah Tanah Grogot*

belum mampu memenuhi kebutuhan. Dengan kata lain, Indonesia hampir selalu defisit, sehingga masih tergantung pada impor.

Menurut Badan Statistik Nasional (2015), Pada tahun 2014 produksi padi sebanyak 70,85 juta ton gabah kering giling (GKG) atau mengalami penurunan sebanyak 0,43 juta ton (0,61 persen) dibandingkan tahun 2013 sedangkan pada tahun 2015 produksi padi diperkirakan sebanyak 75,55 juta ton GKG atau mengalami kenaikan sebanyak 4,70 juta ton (6,64 persen) dibandingkan tahun 2014. Kenaikan produksi pada tahun 2015 diperkirakan terjadi di Pulau Jawa sebanyak 1,83 juta ton dan di luar Pulau Jawa sebanyak 2,88 juta ton. Kenaikan produksi diperkirakan terjadi karena kenaikan luas panen seluas 0,51 juta hektar (3,71 persen) dan kenaikan produktivitas sebesar 1,45 kuintal/hektar (2,82 persen). Dengan perkiraan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2015 sejumlah 255,462 juta jiwa (BPS), tingkat konsumsi beras perkapita pertahun sebesar 124,89 kg dan kebutuhan beras lainnya, maka dalam tahun 2015 diperlukan beras sejumlah 33,368 juta ton, berarti Indonesia diperkirakan surplus sebesar 42,182 juta ton.

Kebiasaan konsumen di Kabupaten Penajam Paser Utara dalam membeli beras lokal dilakukan di pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi secara langsung, dengan ciri khas adanya proses tawar-menawar. Bangunan pasar tradisional terdiri dari kios atau gerai. Pasar Tradisional menjual kebutuhan sehari-hari, diantaranya adalah bahan makanan berupa beras, ikan, buah, sayur, pakaian dan lain-lain. Pasar Tradisional berfungsi sebagai tempat jual beli barang. wadah kegiatan ekonomi di Kabupaten Penajam Paser Utara, menciptakan interaksi sosial yang erat, dan sarana rekreasi dengan suasana pasar yang khas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk beras lokal di pasar tradisional kecamatan penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan bulan Agustus 2016 sampai dengan Februari 2017. Adapun lokasi penelitian ini bertempat di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.

A. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Observasi adalah pengambilan data dengan melakukan kunjungan serta pengamatan secara langsung dilokasi obyek yang akan diteliti.
2. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis dan tersusun secara sistematis kepada responden berdasarkan obyek yang ingin diteliti oleh peneliti.
3. Interview atau wawancara yaitu kegiatan wawancara kepada responden yang dilakukan langsung oleh peneliti kepada pembeli beras di pasar tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.

B. Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008). Sampel yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. *Sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah orang yang membeli beras lokal di pasar tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.

Tingkat kesalahan yang saya gunakan pada penelitian ini 0,05 atau 5% dan jumlah responden yang baik disarankan untuk keakuratan data antara 30 sampai 500 responden. Maka jumlah responden yang saya ambil berjumlah 100 responden.

C. Metode Analisis Data

- Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum tentang hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Yang meliputi antara lain seperti: (a) Usia; (b) Jenis Kelamin; (c) Pendidikan; (d) Status; (e) Pekerjaan.

- Analisis Kuantitatif

Suatu analisis data yang diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan alat statistik sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap keputusan pembelian ulang.

Rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan untuk membeli
- α : konstanta
- X₁ : produk
- X₂ : harga
- X₃ : promosi
- X₄ : distribusi

2. Koefisien determinasi (R²)

Analisa determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X₁, X₂,...X_n) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). R² sama dengan 0. Maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya R² sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

3. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X₁, X₂, .. X_n) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksikan variabel dependen atau tidak.

Untuk menguji kebenaran hipotesis, pertama digunakan uji F atau menguji signifikan regresi secara keseluruhan dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$$H_0: b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$$

Artinya variasi dari model regresi tersebut menerangkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara simultan terhadap variabel dependen (Y)

$$H_a : b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$$

Artinya variasi dari model regresi ini berhasil menerangkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian dengan uji F variannya adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ apa bila perhitungannya menunjukkan:

a. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

b. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi dari model regresi ini menerangkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara simultan terhadap variabel (Y).

4. Uji t

Digunakan untuk mengetahui pengujian tingkat signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan rumusan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

Berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$

Berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Pengambilan keputusan

a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau probabilitas (nilai Sig) $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas (nilai Sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang telah membeli beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

1. Usia

Usia menunjukkan umur mereka pada saat penelitian dilakukan. Karakteristik usia responden dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Responden	Persentase
1	15-25 Tahun	12	12%
2	26-35 Tahun	40	40%
3	36-45 Tahun	34	34%
4	46-55 Tahun	11	11%
5	56-65 Tahun	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber Data : Data primer yang diolah

2. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Responden	Persentase
1	Laki-Laki	17	17%
2	Perempuan	83	83%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

3. Status

Karakteristik responden berdasarkan status dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Keterangan	Responden	Persentase
1	Menikah	90	90%
2	Belum Menikah	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

4. Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Responden	Persentase
1	SD	28	28%
2	SLTP Sederajat	23	23%
3	SLTA Sederajat	45	45%
4	S1	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

5. Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Keterangan	Responden	Persentase
1	Pegawai	31	31%
2	Pelajar	3	3%
3	Mahasiswa/i	4	4%
4	Ibu rumah tangga	62	62%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

B. Deskripsi Tanggapan Responden

Hasil perhitungan deskripsi data dengan komputer program SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Deskripsi Statistik Responden

	Maksimum	Minimum	Mean	Std. Deviation
Y	4.00	2.75	3.4600	0.38224
x1	4.00	2.14	2.9783	0.33183
x2	4.00	2.33	3.1835	0.40814
x3	4.67	1.00	2.7400	0.55723
x4	4.00	2.33	3.1661	0.44843

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan dari tabel 6 menunjukkan keputusan untuk membeli (Y) nilai maksimumnya 4,00, nilai minimum 2,75, nilai rata-rata 3,4600, dan nilai standar deviasi 0,38224. Produk (X₁) nilai maksimumnya 4,00, nilai minimum 2,14, nilai rata-rata 2,9783, dan nilai standar deviasi 0,33183. Harga (X₂) nilai maksimumnya 4,00, nilai minimum 2,33, nilai rata-rata 3,1835, dan nilai standar deviasi 0,40814. Promosi (X₃) nilai maksimumnya 4,00, nilai minimum 1,00, nilai rata-rata 2,7400, dan nilai standar deviasi 0,55723. Distribusi (X₄) nilai maksimumnya 4,00, nilai minimum 2,33, nilai rata-rata 3,1661, dan nilai standar deviasi 0,44843.

C. Analisis Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang terdiri dari produk (X₁), harga (X₂), promosi (X₃), dan distribusi (X₄) terhadap keputusan pembelian beras lokal (Y) di pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara, dengan menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Nilai Koefisien Determinasi dari Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.476 ^a	.226	.194	.34326

a. Predictors: (Constant), X4_distribusi, X3_promosi, X2_harga, X1_produk

b. Dependent Variable: Y_keputusan

Sumber : Data diolah Penulis.

Berdasarkan tabel 7 Nilai Koefisien Determinasi yang ditunjukkan oleh nilai *R Square*, yaitu sebesar 0.226, yang berarti bahwa 22.60% variasi keputusan pembelian beras lokal (Y) dapat diterangkan oleh variasi dari keempat variabel bebas (X₁, X₂, X₃, dan X₄) dan sisanya sebesar 77.40% diterangkan oleh variabel atau faktor lain diluar variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄.

Tingkat *Rsquare* yang rendah ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain sebagai penduga minat berkunjung kembali. Variabel lain menurut Kotler (1999) antara lain faktor budaya, faktor budaya seseorang mempengaruhi perilaku dalam mencari, dan menyeleksi suatu produk secara mendalam. Selain faktor budaya perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan yaitu sekelompok orang yang secara nyata

mempengaruhi perilaku seseorang, keluarga serta peran status sosial. Faktor pribadi merupakan keputusan pembelian yang dilihat berdasarkan pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri. Faktor psikologis dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan pendirian.

2. Persamaan Regresi

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 1.369 + 0.202 X_1 + 0.266 X_2 + 0.018 X_3 + 0.178 X_4 + e$$

Dimana :

\hat{Y} = Variabel Keputusan Pembelian Beras Lokal

X_1 = Variabel Produk

X_2 = Variabel Harga

X_3 = Variabel Promosi

X_4 = Variabel Distribusi

e = Faktor Pengganggu Diluar Model

Persamaan di atas terlihat bahwa koefisien regresi linier dari keempat variabel bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai hubungan yang searah dengan variabel terikatnya.

Persamaan di atas dapat diartikan bahwa :

1. Koefisien regresi produk (X_1) sebesar 0.202 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel produk (X_1) sebanyak 1 satuan, maka keputusan pembelian beras lokal (Y) akan meningkat sebesar 0.202 satuan, dengan asumsi X_2 , X_3 , dan X_4 tetap.
2. Koefisien regresi harga (X_2) sebesar 0.266 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel harga (X_2) sebanyak 1 satuan, maka keputusan pembelian beras lokal (Y) akan meningkat sebesar 0.266 satuan, dengan asumsi X_1 , X_3 , dan X_4 tetap.
3. Koefisien regresi promosi (X_3) sebesar 0.018 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel promosi (X_3) sebanyak 1 satuan, maka keputusan pembelian beras lokal (Y) akan meningkat sebesar 0.018satuan, dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_4 tetap.
4. Koefisien regresi distribusi (X_4) sebesar 0.178 menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel distribusi (X_3) sebanyak 1 satuan, maka keputusan pembelian beras lokal (Y) akan meningkat sebesar 0.178satuan, dengan asumsi X_1 , X_2 , dan X_3 tetap.
5. Konstanta sebesar 1.369 menyatakan bahwa, jika tidak ada pengaruh dari keempat variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 dan $X_4 = 0$), maka tingkat keputusan pembelian beras lokal berada pada skor 1,369 yang merupakan kategori sangat rendah.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.271	4	.818	6.941	.000 ^a
	Residual	11.194	95	.118		
	Total	14.465	99			

a. Predictors: (Constant), X4_distribusi, X3_promosi, X2_harga, X1_produk

b. Dependent Variable: Y_keputusan

Sumber : Data diolah Penulis.

Hasil uji F diketahui bahwa variabel-variabel bebas yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), promosi (X3), dan distribusi (X4) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal (Y) di Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara yang mana hal ini dibuktikan oleh nilai F-hitung sebesar 6,941 yang lebih besar dari pada nilai F-tabel (5%) yaitu 2,47, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini juga dibuktikan oleh nilai signifikansi-F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Kesimpulan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti kebenarannya bahwa variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), dan distribusi (X4) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal (Y) di Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.

4. Uji signifikansi parsial (uji t)

Uji signifikansi parsial atau uji t dengan menggunakan paket program komputer Statistik, yaitu SPSS v.17.0 for Windows, dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9. Perbandingan antara t-hitung dan t-tabel, serta nilai Sig-t dan Sig- α dari masing-masing variabel bebas

No.	Variabel Bebas	t hitung	t tabel	Sig-t	Sig- α	Kesimpulan
1.	produk (X1)	1,836	< 1,98422	0,070 >	0,05	Tidak Signifikan
2.	harga (X2)	2,998	> 1,98422	0,003 <	0,05	Signifikan
3.	promosi(X3)	0,287	< 1,98422	0,775 >	0,05	Tidak Signifikan
4.	distribusi (X4)	2,196	>1,98422	0,031 <	0,05	Signifikan

Sumber : Data diolah Penulis.

Tabel 9 menunjukkan bahwa :

1. Variabel produk (X1) mempunyai nilai t-hitung sebesar 1.836 lebih kecil dari nilai t-tabel (5%) yaitu 1,836, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa variabel produk (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal. Hal ini juga dibuktikan oleh nilai sig-t dari variabel produk (X1) yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,070. Hasil tersebut mendukung penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Munandar (2014) yang mengemukakan bahwa ketika produk sudah melekat dihati konsumen sikap konsumen yang menyukai produk beras lokal menunjukkan perilaku yang loyal terhadap produk tersebut.
2. Variabel harga (X2) mempunyai nilai t-hitung sebesar 2,998 lebih besar dari nilai t-tabel (5%) yaitu 1,98422, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga dibuktikan oleh nilai sig-t dari variabel harga (X2) yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,003. Hasil tersebut mendukung penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Hamdani (2015) yang mengemukakan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli, semakin baik harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya maka mempengaruhi keputusan pembelian beras terhadap konsumen.
3. Variabel promosi (X3) mempunyai nilai t-hitung sebesar 0,287 lebih kecil dari nilai t-tabel (5%) yaitu 1,98422, maka H_0 diterima dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel promosi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal. Hal ini juga dibuktikan oleh nilai sig-t dari variabel

promosi (X3) yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,775. Hasil tersebut mendukung penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Hamdani (2015) yang mengemukakan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli, Artinya, ada atau tidaknya promosi, tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal di Pasar Tradisional.

4. Variabel distribusi (X4) mempunyai nilai t-hitung sebesar 2,196 lebih besar dari nilai t-tabel (5%) yaitu 1,98422, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel distribusi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga dibuktikan oleh nilai sig-t dari variabel distribusi (X4) yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,031. Hasil tersebut mendukung penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Munandar (2014) yang mengemukakan bahwa distribusi secara signifikan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli. Lokasi yang strategis akan memudahkan pelanggan untuk mendapatkan produk beras lokal tersebut.

Hasil uji-t diketahui bahwa variabel harga (X2) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara, hal ini dibuktikan oleh nilai sig-t dari variabel harga (X2) yang mempunyai nilai paling kecil, yaitu sebesar 0,003 dan nilai beta yang lebih besar diantara variabel yang lain.

Disimpulkan bahwa secara parsial, yaitu produk (X2), dan promosi (X4), berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian beras lokal (Y) di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara sedangkan variabel produk (X1), dan promosi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian beras lokal (Y) di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa produk (X1), harga (X2), promosi (X3) dan distribusi (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga (X2) dan distribusi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal. Sedangkan produk (X1) dan promosi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.
3. Besar kontribusi faktor bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara sebesar 22,60 % dan sisanya sebesar 77,40 % diterangkan oleh variabel atau faktor lain diluar variabel X1, X2, X3, dan X4.
4. Harga berpengaruh dominan terhadap keputusan untuk membeli. Hal ini di tunjukan oleh nilai koefisien beta variabel harga 0,284 yang lebih besar dari variabel distribusi 0,209, produk 0,176 dan yang paling rendah adalah promosi 0,026. Artinya semakin baik harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya maka mempengaruhi keputusan pembelian beras terhadap konsumen.

B. Saran

Dengan melihat hasil penelitian ini dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga merupakan variabel utama yang diperhatikan oleh konsumen ketika akan membeli produk beras lokal. Karena itu produsen beras lokal harus mempertahankan dan menyesuaikan harga sesuai dengan kualitas produk beras lokal, karena variabel ini memiliki pengaruh yang paling besar pada konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Untuk penelitian selanjutnya dianjurkan dapat memasukkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk beras lokal di Pasar Tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara misalnya variabel sosial, psikologis, budaya dan pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

BPS Nasional. 2015. *Produksi Padi di Indonesia*.

BPS Daerah Penajam Paser Utara. 2016. *Penajam Paser Utara Dalam Angka*.

Dinas Perindustrian, Dagang dan Koperasi Kabupaten Penajam Paser Utara. 2014. *Profil Pasar Kecamatan Penajam*.

Hamdani. 2015. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Untuk Membeli Ayam Goreng Rumah Makan "Tweety Fried Chicken" Di Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian. Tanah Grogot.

Kotler, Philip. 1999. *Marketing jilid 1*. Erlangga: Jakarta.

Munandar. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Kepuasan Konsumen*. Universitas PGRI. Yogyakarta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.