

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS TERATE DI KECAMATAN BOJONEGORO

(Studi kasus di Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro),

Ir. Darsan , M.Agr

Dosen Fakultas Pertanian Universitas Bojonegoro

Penduduk Indonesia adalah termasuk penduduk yang heterogen. Maka dari itu Indonesia banyak sekali macam jumlah pendapatan, pekerjaan, dan status sosial. Dari sekian banyak macam jumlah pendapatan, pekerjaan, dan status sosial. Maka hal tersebut juga mempengaruhi kebutuhan individu. Khususnya kebutuhan pokok, yaitu beras. Beras adalah bahan makanan pokok rumah tangga yang dikonsumsi oleh hampir 90% penduduk Indonesia yang mengandung nilai gizi lebih baik dibandingkan dengan bahan pokok lainnya. Setiap 100 gram beras giling mengandung energi 360 kkal dan menghasilkan 6 gram protein. Beras dijual dalam bentuk kemasan dan eceran. Faktor pembelian beras kemasan dapat ditentukan oleh perbedaan jumlah pendapatan, jenis pekerjaan, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga.

Tujuan dari penelitian adalah menganalisis pengaruh pendapatan, pendidikan, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga terhadap keputusan pembelian beras Terate.

Manfaat penelitian adalah sebagai ilmu tambahan berupa pengetahuan, pemahaman, dan wawasan tentang perilaku dalam kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian beras Terate. Bagi mahasiswa dapat menjadi acuan dan referensi untuk penelitian yang selanjutnya.

Sedangkan kerangka pemikiran penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian beras Terate mempunyai empat faktor sebagai variabel X, yaitu: pendapatan, pendidikan, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga. Empat variabel tersebut dianalisis dengan regresi linier berganda dengan keputusan pembelian sebagai variabel Y. Dari hasil tersebut dapat diketahui tingkat kepercayaan konsumen terhadap pembelian beras Terate.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah 1) faktor pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras Terate. 2) faktor pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras Terate. 3) faktor pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras Terate. 4) faktor jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras Terate.

Agar dalam penelitian ini tidak menimbulkan salah tafsir maka dibuatlah batasan-batasan masalah, yaitu: konsumen yang diteliti adalah konsumen yang mengkonsumsi beras Terate, konsumen beras Terate yang berada di wilayah Kecamatan Bojonegoro.

Berdasarkan kesimpulan tersebut penulis menyarankan untuk menambah variabel diluar pendapatan, pendidikan, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga. Selain itu dapat menambah alat uji yang lain untuk penelitian yang selanjutnya.

Kata Kunci : beras , konsumen, pembelian, keputusan

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia didukung oleh berbagai sektor, salah satu sektor yang mendukung dan memberikan kontribusi yang cukup besar adalah sektor pertanian. Kontribusi sektor pertanian merupakan penyokong ke dua terbesar bagi

perekonomian nasional, sehingga pertanian dapat dijadikan sebagai harapan untuk menunjang perekonomian Indonesia.

Indonesia adalah Negara agraris, berarti Indonesia adalah negara dengan hasil bumi yang mayoritas adalah dibidang pertanian. Hasil bumi dibidang pertanian

tersebut sangatlah bermacam-macam. Selain jenis, varietasnya juga bermacam-macam. Hasil pertanian di Indonesia dihasilkan di daerah pedesaan dan pinggiran kota. Dikarenakan lahan di pedesaan sangat mendukung untuk digunakan bercocok tanam. Selain itu, tanah di pedesaan juga lebih subur dari daerah perkotaan, karena tanah di pedesaan minim terhadap pencemaran dari limbah. Hal tersebut dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi pertanian. Selain itu, varietas juga mempengaruhi.

Penduduk di Indonesia adalah termasuk penduduk yang heterogen. Maka dari itu di Indonesia banyak sekali macam jumlah pendapatan, pekerjaan, dan status sosial. Dari sekian banyak macam jumlah pendapatan, pekerjaan, dan status sosial. Maka hal tersebut juga mempengaruhi kebutuhan setiap individu, khususnya kebutuhan pokok.

Menurut Riyanto *et al* (2013) dalam penelitian Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras di Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah (2016:1) beras adalah bahan makanan pokok rumah tangga yang dikonsumsi oleh hampir 90% penduduk Indonesia mengandung nilai gizi lebih baik dibandingkan dengan bahan

pangan pokok lainnya. Setiap 100 gram beras giling mengandung energi 360 kkal dan menghasilkan 6 gram protein. Menurut Data Statistik Konsumsi Pangan (2017), rata-rata konsumsi beras per kapita per tahun pada tahun 2013 adalah 85.514, tahun 2014 sebanyak 84.628, tahun 2015 sebanyak 84.889, tahun 2016 sebanyak 86.818, dan pada tahun 2017 adalah 81.611 kg/kapita/tahun.

Pantauan *viva.co.id*⁽¹⁾. Kebutuhan konsumsi beras penduduk Kabupaten Bojonegoro 1,2 juta jiwa butuh 11.488 ton beras per bulan. Faktor pembelian beras kemasan dapat ditentukan oleh: Perbedaan jumlah pendapatan, jenis pekerjaan, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga. Maka beras yang dikonsumsi juga berbeda. Masyarakat dengan tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga yang menengah kebawah biasanya mengkonsumsi beras yang dijual dengan cara ecer. Berbeda dengan masyarakat dengan strata yang menengah keatas, mereka biasanya mengkonsumsi beras yang lebih unggul kualitasnya dan beras yang dikemas lebih rapi.

Konsumen beras kemasan memiliki indikator tersendiri untuk menilai beras kemasan. Meliputi kepuasan terhadap

produk, pemenuhan kebutuhan, dan pasca pembelian dapat menilai dari beras kemasan tersebut.

Di Bojonegoro, beras kemasan biasanya dikonsumsi oleh orang kota. Orang kota atau masyarakat kota adalah masyarakat yang anggota-anggotanya terdiri dari manusia yang bermacam-macam lapisan atau tingkat hidup, pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain. Mayoritas penduduknya hidup berjenis-jenis usaha yang bersifat non agraris. Beras kemasan tersebut juga memiliki banyak merek, antara lain: Terate dan Raja Lele. Setiap merek beras kemasan memiliki bentuk kemasan, harga, dan kualitas yang berbeda. Hal tersebut membuat harga beras yang lebih bervariasi.

Pantauan *JawaPos.com*⁽²⁾ di pasar tradisional Jalan Hasyim Ashari, Kota Bojonegoro, kata Santoso, 46, salah seorang pedagang beras di Pasar Bojonegoro, Minggu (4/3), harga beras kualitas super saat ini berada di harga Rp 11.000 per kilogram. Sedangkan beras kualitas dua Rp 10.000 per kilogram dan kualitas tiga Rp 9.500 per kilogram.

Beras Terate adalah salah satu beras kemasan yang ada di Bojonegoro. Dengan demikian, beras terate menjadi salah satu produk yang diminati oleh para konsumen

beras kemasan. Perlu diingat kembali bahwa kepuasan terhadap produk adalah salah satu indikator kepercayaan konsumen terhadap beras Terate. Pendapatan, pendidikan, jenis pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga adalah beberapa indikator yang mempengaruhi konsumen untuk membeli beras Terate

METODE PENELITIAN

2.1 Penentuan Daerah penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Maret hingga Juli 2018 di Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro. Penentuan Kecamatan Bojonegoro dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa penduduk Kecamatan Bojonegoro banyak yang mengkonsumsi beras Terate.

2.2. Metode Pengambilan Sample

Penarikan sampel dalam penelitian ini didekati dengan metode *Accidental Sampling*,

2.3. Metode Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden (masyarakat Kecamatan Bojonegoro yang mengkonsumsi Beras Terate). Menurut Sugiyono (2007) dalam Rezah Pahlevi (2014:33) Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen

pada *Green Product*, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang menjadi sasaran pokok pada penelitian ini yaitu dengan menyusun daftar pertanyaan yang tersusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.

2.4. Metode Analisis Data

2.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan regresi linier dengan menggunakan sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y	=	Keputusan pembelian beras Terate
a	=	bilangan konstanta
b	=	koefisien regresi
X1	=	pendapatan
X2	=	pendidikan
X3	=	pekerjaan
X4	=	jumlah anggota keluarga
e	=	error

Uji Parsial

2.4.2. Hipotesis:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan penentuan *level of signifikan* tingkat kepercayaan 95%, ($\alpha=0,05/2$).

2.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Kriteria uji hipotesis statistiknya:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima, H_0 ditolak

Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bebas bersama-sama terhadap variabel dependen.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

Artinya semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan penentuan *level of signifikan* tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$).

2.4.4. Koefisien Determinasi

Adapun kegunaan koefisien determinasi adalah:

1. Sebagai ukuran ketepatan/kecocokan garis regresi yang dibuat dari hasil estimasi terhadap sekelompok data hasil lobservasi.

Semakin besar nilai R^2 , maka semakin bagus garis regresi yang terbentuk, dan semakin kecil nilai R^2 , maka semakin tidak tepat garis regresi tersebut mewakili data hasil observasi.

2. Untuk mengukur proporsi (presentase) dari jumlah variasi Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X terhadap variabel Y.

2.4.5. Uji Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemikiran yang tidak biasa dan efisien dilakukan uji asumsi klasik. Penjelasan sebagai berikut:

1. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila nilai VIF < 10 atau nilai Tolerancinya $> 0,10$, maka model regresi yang digunakan pada penelitian ini dianggap tidak memiliki masalah multikolinearitas antar variabel independen.

2. Uji heteroskedastisitas

Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar

kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Apabila distribusi kumulatif dari data sesungguhnya yang ditunjukkan oleh grafik histogram mengikuti pola distribusi kumulatif dari distribusi normal yang ditunjukkan oleh kurva normal, maka model regresi yang digunakan untuk penelitian ini dianggap layak dan memenuhi asumsi normalitas. Selain dilihat pada grafik histogram, dapat juga dilihat dari grafik normal probability plot. Apabila titik-titiknya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi yang digunakan dianggap layak dan memenuhi asumsi normalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

3.1.1. Deskripsi Tanggapan Responden

Tabel 1. Deskripsi Tanggapan Responden

X_1

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pendapatan mempengaruhi jumlah pembelian beras Terate	57	10	1	0	0
2	Pendapatan mempengaruhi pembelian beras merek Terate	42	21	5	0	0
3	Pendapatan mempengaruhi selera terhadap beras Terate	33	22	13	0	0
4	Pendapatan mempengaruhi tempat pembelian beras Terate	29	17	19	3	0

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas sebanyak 57 atau 83,8% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan pendapatan mempengaruhi jumlah pembelian beras Terate. Mayoritas 42 atau 61,7% responden menjawab sangat setuju atas indikator pendapatan mempengaruhi pembelian beras merek Terate. Mayoritas sebanyak 33 atau 48,5% responden menjawab sangat setuju atas indikator pendapatan mempengaruhi selera terhadap beras Terate. Mayoritas 29 atau 42,6% responden menjawab sangat setuju atas indikator pendapatan mempengaruhi tempat pembelian beras Terate.

Tabel 2. : Deskripsi Tanggapan Responden X₂

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pendidikan menentukan keputusan	22	21	15	10	0

	n pembelian beras Terate					
2	Pendidikan mempengaruhi jumlah pembelian beras merek Terate	18	22	21	7	0
3	Pendidikan menentukan tempat pembelian beras Terate	34	20	23	1	0
4	Pendidikan mengetahui kualitas beras Terate	42	17	9	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas 38 atau 55,8% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan pendidikan menentukan keputusan pembelian beras Terate. Mayoritas 44 atau 64,7% responden menjawab setuju atas indikator pernyataan pendidikan mempengaruhi jumlah pembelian beras Terate. Mayoritas 38 atau 55,8% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan pendidikan menentukan tempat pembelian beras Terate. Mayoritas 42 orang

atau 61,7% menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan pendidikan mengetahui kualitas beras Terate.

Tabel 3. : Deskripsi Tanggapan Responden

X₃

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya gengsi jika saya tidak membeli beras Terate dikarenakan jenis pekerjaan saya	3	1	11	27	26
2	Lingkungan pekerjaan saya mengkonsumsi beras Terate	13	15	19	21	0
3	Pekerjaan saya menentukan pembelian beras Terate	23	24	17	3	1
4	Pekerjaan menentukan tempat pembelian beras Terate	19	23	14	12	0

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 27 atau 32,3% responden menjawab tidak setuju atas indikator pernyataan saya gengsi jika saya tidak membeli beras Terate dikarenakan jenis pekerjaan saya. Mayoritas responden sebanyak 21 atau 30,8% responden menjawab tidak setuju atas indikator pernyataan lingkungan pekerjaan saya mengkonsumsi

beras Terate. Mayoritas responden sebanyak 24 orang atau 35,2% responden menjawab setuju atas indikator pernyataan pekerjaan saya menentukan pembelian beras Terate. Mayoritas responden sebanyak 23 orang atau 33,8% responden menjawab setuju atas indikator pernyataan pekerjaan menentukan tempat pembelian beras Terate.

Tabel 4. Deskripsi Tanggapan Responden X₄

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Jumlah anggota keluarga menentukan jumlah pembelian beras Terate	45	17	6	0	0
2	Keluarga menyukai beras Terate	33	20	12	3	0
3	Beras cocok untuk keluarga saya	33	22	11	2	0
4	Jumlah anggota keluarga berperan dalam keputusan untuk mengkonsumsi beras Terate	31	16	13	8	0

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa mayoritas responden sebanyak 45 atau

66,1% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan jumlah anggota keluarga menentukan jumlah pembelian beras Terate. Mayoritas responden sebanyak 33 atau 48,4% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan keluarga menyukai beras Terate. Mayoritas responden sebanyak 33 atau 48,5% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan beras cocok untuk keluarga saya. Mayoritas responden sebanyak 31 atau 45,5% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan jumlah anggota keluarga berperan dalam keputusan untuk mengkonsumsi beras Terate.

Tabel 5. Deskripsi responden terhadap variabel Y

No	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan selalu membeli beras Terate	51	12	5	0	0

2	Harga beras Terate cukup terjangkau sebanding dengan kualitasnya	42	21	5	0	0
3	Saya akan memberi tahu kepada orang lain tentang beras Terate	31	21	13	3	0
4	Beras Terate adalah beras yang berkualitas (putih, pulen, dan utuh)	52	15	1	0	0

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 5.5 dapat diketahui bahwa mayoritas sebanyak 51 atau 75% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan saya akan selalu membeli beras Terate. 42 atau 61,7% menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan harga beras Terate cukup terjangkau sebanding dengan kualitasnya. Mayoritas sebanyak 31 atau 45,5% menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan saya akan memberi tahu kepada orang lain tentang beras Terate. Sebanyak 52

atau 76,4% responden menjawab sangat setuju atas indikator pernyataan beras Terate adalah beras yang berkualitas (pulen, putih, dan utuh).

3.2. Pembahasan

Dalam penelitian ini ditunjukkan banyaknya tanggapan jawaban tinggi dari responden terhadap kondisi masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa beberapa variabel pendapatan, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga dalam dimensinya mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi beras Terate, akan tetapi variabel pendidikan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil statistik, bahwa koefisien determinasi yang telah disesuaikan yaitu sebesar 0,160. Artinya 16% nilai dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan

sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian.

Hipotesis yang menyatakan diduga bahwa variabel pendapatan (X_1), pendidikan (X_2), pekerjaan (X_3), dan jumlah anggota keluarga (X_3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli beras Terate, hal ini dapat dibuktikan secara statistik dengan menunjukkan nilai dari uji F. Hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$, yakni $3,008 > 2,518$.

Hipotesis yang menyatakan pendapatan (X_1), pekerjaan (X_3), dan jumlah anggota keluarga (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli beras Terate telah dibuktikan secara statistik. Sedangkan variabel pendidikan (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Pada grafik uji heteroskedastisitas telah menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas. Hal ini telah dibuktikan oleh grafik yang menunjukkan bahwa

sebaran titik-titik berada diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y tidak membentuk pola yang jelas.

Dari grafik uji normalitas dapat diketahui bahwa distribusi data mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y dan sumbu X. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

KESIMPULAN

1. Variabel pendapatan (X_1) secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli beras Terate di Kecamatan Bojonegoro terbukti secara statistik. Hal ini menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yakni $3,008 > 2,518$. Serta $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $-0,984 > -1,998$. Variabel pendapatan juga telah lolos uji asumsi klasik.
2. Variabel pendidikan (X_2), secara parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli

beras Terate di Kecamatan Bojonegoro.

Tetapi secara parsial berpengaruh secara

signifikan. Hal ini menunjukkan $F_{hitung} >$

F_{tabel} , yakni $3,008 > 2,518$. Serta $t_{hitung} <$

t_{tabel} , yakni $0,543 < 1,998$. Variabel ini

juga telah lolos uji asumsi klasik.

3. Variabel pekerjaan (X_3), secara simultan

dan parsial berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen dalam

membeli beras Terate di Kecamatan

Bojonegoro terbukti secara statistik. Hal

ini menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yakni

$3,008 > 2,518$. Serta $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni

$2,174 > 1,998$. Variabel pendapatan juga

telah lolos uji asumsi klasik.

4. Variabel jumlah anggota keluarga (X_4),

secara simultan dan parsial berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen

dalam membeli beras Terate di

Kecamatan Bojonegoro terbukti secara

statistik. Hal ini menunjukkan $F_{hitung} >$

F_{tabel} , yakni $3,008 > 2,518$. Serta $t_{hitung} >$

t_{tabel} , yakni $-1,709 > -1,998$. Variabel

pendapatan juga telah lolos uji asumsi

klasik.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, Iful. 2005. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*. Volume 4 Nomor 12. Surabaya. Diakses tanggal 22 Maret 2018.

Efendi, Mas'ud, Retno Astuti, Novi Julian Pratiwi. 2015. Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Keripik Buah. Diakses tanggal 18 Februari 2018.

Fitriana, Benita. 2015. Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras di Wilayah Jakarta Barat. Jakarta. Diakses tanggal 22 Maret 2018.

Kaharu, Deborah. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume V. Surabaya. Diakses tanggal 22 Februari 2018.

Mansyur, M. Cholil. *Sosiologi Masyarakat Kota dan Desa*. Surabaya. Usaha Nasional.

McClave, P. George Bendon dan Terry Sincich. 2010. *Statistic untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. Erlangga.

- Napian, Sukron. 2013. Analisis Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Soul. Jakarta. Diakses tanggal 21 Maret 2018.
- Pahlevi, Rezah. 2015. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Green Product. Diakses tanggal 23 Maret 2018.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak jenis Pertalite di Kota Yogyakarta. Yogyakarta. Diakses tanggal 10 Maret 2018.
- Reza Haikal Halim, Idris. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen serta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Journal of Management. Volume VI. Semarang. Diakses tanggal 10 Maret 2018.
- Riduwan dan Akdon. 2015. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Bandung. Cetakan ke-VI. Alfabeta.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta. Andi Offset.
- Sastrapradja, Setijati D. 2012. Perjalanan Panjang Tanaman Indonesia. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sujarwan, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. 2012. Statistika Untuk Penelitian. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Walukow, Agnes Ligia Prastisita, Lisbeth Mananeke, Jante Sepang. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Cender Sonder Minahasa. Volume 2 No 3, Manado. Diakses 10 April 2018.