

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor

Asrisah Nurindra

Sekolah Vokasi, IPB University

Doni Sahat Tua Manalu

Sekolah Vokasi, IPB University

Chintya Kenisah Gultom

Sekolah Vokasi, IPB University

Revian Alif Maulana

Sekolah Vokasi, IPB University

Rohimah

Sekolah Vokasi, IPB University

Muhammad Rizky Firmansyah Hs Chandra Praja

Sekolah Vokasi, IPB University

Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi, IPB University Jl. Kumbang No.14, Bogor
16151, Indonesia

Korespondensi penulis : chintyagultomkenisah@appps.ipb.ac.id

Abstract Rice is a food commodity that is widely consumed by the Indonesian people. With the presence of branded and unbranded rice in the sale of rice on the market, it is necessary to study consumer behavior so that consumer needs for rice products are in line with expectations. The objectives of this study are; (1) Analyzing the factors that influence consumers in purchasing rice at Jambu Dua Market, (2) Analyzing the Factors that have a significant influence on rice purchases at Jambu Dua Market. The analysis method used is multiple linear regression. The results concluded that; (1) Factors such as age, income, price and distance have an influence on consumer behavior in purchasing rice at Jambu Dua Market in Bogor City, (2) Factors that have a significant influence on consumer behavior in purchasing rice at Jambu Dua Market in Bogor City are age and price.

Keywords: Rice, Customer Behavior

Abstrak Beras merupakan komoditas pangan yang banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Hadirnya beras bermerek dan tidak bermerek dalam penjualan beras di pasaran perlu dilakukan studi tentang perilaku konsumen agar kebutuhan konsumen terhadap produk beras sesuai dengan harapan. Tujuan dari penelitian ini adalah; (1) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian beras di Pasar Jambu Dua, (2) Menganalisis Faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian beras di Pasar Jambu Dua. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa; (1) Faktor-faktor seperti usia, pendapatan, harga dan jarak memiliki pengaruh terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor, (2) Faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor adalah usia dan harga.

Kata kunci: Beras, Perilaku konsumen

PENDAHULUAN

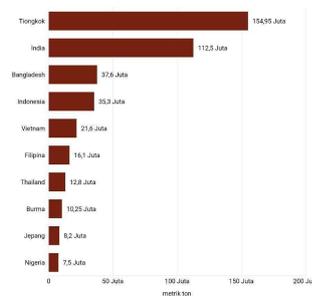
Tanaman pangan adalah kelompok tanaman yang memiliki sumber karbohidrat dan protein. Beras merupakan salah satu tanaman pangan paling penting di dunia. Pernyataan ini berlaku di Benua Asia, tempat beras menjadi makanan pokok untuk mayoritas penduduknya. Benua Asia juga merupakan tempat tinggal petani yang memproduksi sekitar 90% dari total produksi beras di dunia. Di Indonesia komoditas beras memberikan kontribusi sebesar 8,35% terhadap pengeluaran masyarakat setelah makanan dan minuman jadi serta rokok (Ruslan and Pramita 2021). Budaya konsumsi beras masyarakat Indonesia tidak dapat diubah secara drastis karena sudah demikian melekat.

Received Mei 30, 2024; Revised Juni 12, 2024; Julli 01, 2024

Asrisah Nurindra, chintyagultomkenisah@appps.ipb.ac.id

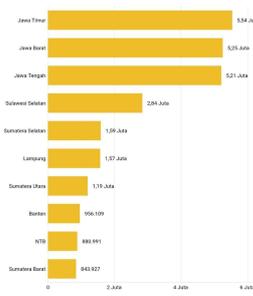
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor

Indonesia merupakan negara keempat dengan tingkat konsumsi beras terbanyak di dunia sebesar 35,3 juta metrik sepanjang tahun 2023 terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tingkat konsumsi beras tertinggi di Dunia (Sumber : databoks.katadata.co.id 2023)

Salah satu provinsi yang menempati urutan tingkat konsumsi beras tertinggi kedua yaitu Jawa Barat sebanyak 5,25 juta ton sepanjang tahun 2023 terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tingkat konsumsi beras tertinggi di Indonesia (Sumber : databoks.katadata.co.id 2023)

Bogor sebagai salah satu kota di Jawa Barat sebagai penyumbang terbesar konsumsi beras sebanyak 1.523 ton pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik 2022). Masyarakat mengonsumsi beras berdasarkan tingkat kepuasan yang ditawarkan penjual. Kepuasan konsumen dapat dilihat dari perilaku konsumen sebelum membeli beras, saat membeli beras, sampai ke tahap pasca pembelian. Perilaku konsumen dapat menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang merupakan proses penentuan sikap atau pembelian terhadap barang dan jasa, untuk memahami perilaku konsumen dalam pembelian membutuhkan proses dikarenakan setiap saat manusia mengalami perubahan. Perubahan yang akan berpengaruh langsung terhadap pola perilaku konsumen diantaranya faktor geografi, demografi, psikografi maupun tingkah laku.

Penjualan beras di pasaran saat ini terdiri dari beras tidak memiliki merek dan beras dengan merek. Beras tidak memiliki merek dijual tanpa kemasan dan dijual dalam satuan literan. Hal ini berbeda yang dengan beras bermerek yang produknya sudah dalam kemasan dan ketentuan jumlah literanya. Produk beras dalam kemasan dapat dikatakan inovasi yang memiliki keunggulan tersendiri. Walaupun telah memiliki merek, penjual harus tetap memperhatikan kebutuhan konsumen agar sesuai harapan. Bagi pelaku usaha, perilaku konsumen akan menjadi landasan yang penting dalam pemasaran sehingga dapat menargetkan pembeli secara lebih terarah karena pelaku

usaha dapat menjelaskan secara detail konsumen yang menjadi target pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian beras di Pasar Jambu Dua
2. Menganalisis faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian beras di Pasar Jambu Dua

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Jambu Dua Bogor, Kota Bogor. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa Pasar Jambu Dua merupakan lokasi yang memungkinkan untuk dijadikan bahan penelitian terhadap preferensi pembelian beras di pasar tersebut. Pasar Jambu Dua dipilih sebagai lokasi penelitian karena diproyeksikan menjadi pasar tradisional terbesar di Kota Bogor dengan luas 1,3 ha dan menampung 1,141 pedagang dan cukup banyak dikunjungi konsumen. Penelitian ini dilakukan selama Bulan Februari - Maret 2024.

Populasi dan Sampel

Jumlah penjual telur ayam yang ada di Pasar Anyar adalah 6 pedagang beras dengan rata-rata jumlah pembeli 50 orang/hari, maka jumlah populasi yang ada di Pasar Anyar berjumlah 300 orang. Dalam penentuan jumlah sampel kami menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi

e = Tingkat kelonggaran (10%)

Sehingga diperoleh : n = 300

$1 + 300 (10\%)^2$

n = 75

Jadi, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu pemilihan responden membeli beras untuk dikonsumsi bukan untuk dijual kembali sebanyak 75 responden. Data penelitian menggunakan data primer dikumpulkan secara khusus dan berhubungan dengan variabel yang diteliti seperti usia, pendapatan, harga, dan jarak.

Analisis data penelitian

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor menggunakan analisis deskriptif dengan membuat tabel distribusi frekuensi sesuai dengan pilihan jawaban responden kemudian ditabulasikan menggunakan rumus persentase responden menurut jurnal yang disusun (Ashari and Syamsir 2023) berikut:

$$f_i$$

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

Keterangan:

P : Persentase responden berdasarkan pilihan atribut beras
 $\sum f_i$: Total responden

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear berganda. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara usia, pendapatan, harga, dan jarak terhadap perilaku konsumen dalam pembelian beras. Pengolahan data menggunakan rumus uji regresi linear berganda menurut jurnal yang disusun oleh (Ikasari et al. 2016) sebagai berikut :

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

Y : Perilaku konsumen dalam pembelian beras, (jumlah konsumsi beras dihitung dalam satuan kg/bulan)

α : Konstanta

X_1 : Usia (tahun)

X_2 : Pendapatan per bulan (Rp) X_3 : Harga beras (Kg/Rp)

X_4 : Jarak (Km)

β_1 - β_4 : Koefisien variabel independen

ε : Standard eror

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini memilih responden yang membeli beras di Pasar Jambu Dua untuk dikonsumsi bukan untuk dijual kembali. Karakteristik responden dibedakan kedalam beberapa kategori yaitu usia, pendapatan, harga dan jarak. **Usia**

Usia adalah waktu sejak dilahirkan sampai dilaksanakannya penelitian yang dinyatakan dengan tahun. Menurut Piaget secara psikologis usia 18-40 tahun dinamakan dewasa dimana

kemampuan mental mencapai puncaknya. Usia >40 tahun dinamakan usia madya dimana pada masa tersebut pada akhirnya perubahan-perubahan jasmani dan mental pada masa ini seseorang cukup mempertahankan prestasi yang telah dicapainya pada usia dewasa. Usia responden merupakan salah satu faktor penentu sikap dan perilaku konsumen. Semakin bertambahnya usia, seseorang cenderung semakin berhati-hati dalam pengambilan keputusan pembelian. Usia juga menjadi pertimbangan dalam segmentasi pasar disebabkan usia yang berbeda memiliki kebutuhan dan selera yang beragam pula (Rumondang dkk., 2020). Usia responden yang membeli beras di Pasar Jambu Dua terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden beras menurut faktor usia

No	Kelompok usia (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	20-35	10	13,3
2	26-31	10	13,3
3	32-37	7	9,3
4	38-43	11	14,6
5	44-49	11	14,6
6	50-55	15	20
7	>56	11	14,6
Total		75	100

Berdasarkan Tabel 1, sebagian besar responden dalam penelitian ini tergolong dalam kelompok usia produktif. Adapun mayoritas responden berada pada kisaran usia 50-55 tahun sebanyak 15 orang (20%). Responden urutan terendah berada pada kisaran usia 32-37 tahun hanya 7 orang (9,3%). Kelompok usia ini dianggap sudah cukup dewasa dan rasional dalam pengambilan keputusan terkait dengan pemilihan beras sebagai konsumsi harian keluarga. Adapun alasan pembelian beras di Pasar Jambu Dua paling banyak dilakukan oleh kelompok usia 50-55 tahun yaitu mereka berpendapat bahwa pasar tradisional menyediakan hampir semua produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dan harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan berbelanja di pasar swalayan

Pendapatan Responden

Pendapatan responden merupakan salah satu tolak ukur dalam menilai taraf ekonomi dan daya beli suatu individu. Peningkatan pendapatan melambangkan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat yang diikuti dengan perubahan preferensi dalam pembelian produk. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar keinginan mereka untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang lebih baik (Agustina, 2011). Pendapatan responden yang membeli beras di Pasar Jambu Dua terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden beras menurut faktor pendapatan

No	Kelompok Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	<1.000.001	4	5,3
2.	1.000.001 - 2.500.000	16	21,3
3.	2.500.0001 - 5.000.000	35	46,7
4.	>5.000.0	20	26,7
Total		75	100

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan berkisar Rp 2.500.001-Rp 5.000.000,-/bulan cenderung membeli beras di Pasar Jambu Dua karena mampu melakukan tawar menawar harga dan semua barang kebutuhan sehari-hari tersedia. Hanifawati dkk., (2017) mengungkapkan bahwa konsumen dengan pendapatan berkisar <1.000.001 memiliki keterbatasan dalam pemilihan produk karena penuh dengan pertimbangan terkait dengan harga, ukuran dan volume produk.

Harga

Harga didefinisikan sebagai nilai dari suatu produk yang besarnya menunjukkan manfaat yang diperoleh dari menggunakan produk tersebut. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli atau pelanggan dari memiliki produk tertentu. Kesepakatan harga produk dapat terbentuk melalui mekanisme pasar ditentukan oleh penjual atau pembeli selama proses transaksi (Sahir dkk., 2016). Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2001). Kisaran harga beras yang mempengaruhi responden dalam membeli beras di Pasar Jambu Dua terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden beras menurut factor harga

No.	Kelompok Harga (Rp)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	8.000	3	4
2.	8.500	2	2,6
3.	9.000	6	8
No.	Kelompok Harga (Rp)	Jumlah (orang)	Presentase (%)

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor

4.	9.500	2	2,6
5.	10.000	27	36
6.	11.000	2	2,6
7.	11.500	2	2,6
8.	12.000	4	5,3
9.	12.500	4	5,3
10.	13.000	11	14,7
11.	14.000	3	4
12.	15.000	3	4
13.	16.000	2	2,6
14.	17.000	4	5,3
	Total	75	100

Berdasarkan Tabel 3, harga beras sangat beragam berada pada kisaran Rp 8.000,-/liter hingga Rp 17.000,-/liter. Mayoritas 27 responden (36%) membeli beras dengan harga Rp 10.000,-/liter. Harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian beras di Pasar Jambu Dua, Kota Bogor. Konsumen cenderung memilih beras dengan kualitas baik dan harga yang sesuai. Penelitian Abadi dan Herwin pada tahun 2019 menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian. Harga dapat menjadi cerminan dari kualitas produk. Semakin tinggi harga maka semakin besar manfaat yang diharapkan dari mengkonsumsi produk.

Jarak

Jarak adalah suatu ukuran numerik yang menunjukkan seberapa jauh posisi suatu objek dengan objek lainnya. Semakin jauh jarak yang ditempuh konsumen dalam melakukan pembelian beras, konsumen semakin berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian beras. Jarak yang ditempuh oleh responden untuk membeli beras di Pasar Jambu Dua terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden beras menurut jarak

No.	Kelompok Jarak (km)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	0.5-1,5	15	20
2.	2-3	26	34,7
3.	5	19	25,3
4.	6-7	5	6,7
<hr/>			
No.	Kelompok Jarak (km)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
5.	10	8	10,7
6.	15-20	2	2,6
Total		75	100

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden dalam membeli beras ke Pasar Jambu Dua dengan menempuh jarak sekitar 2-3 km sebanyak 26 orang (34,7%) dengan alasan akses transportasi untuk menempuh jarak tersebut mudah, responden dapat menggunakan sepeda motor atau angkutan umum seperti angkot dan Trans Pakuan. Jarak yang paling jauh ditempuh responden yaitu 15-20 km sebanyak 2 orang (2,6%). Hal tersebut menunjukkan responden mempertimbangkan keputusan membeli beras di Pasar Jambu Dua.

Pengolahan Data Regresi Linear Berganda

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen beras yang ada di Pasar Jambu Dua, Kota Bogor. Jumlah keputusan pembelian beras dikategorikan sebagai variabel terikat (Y) sedangkan untuk variabel bebas terdiri dari : Usia (X1), pendapatan (X2), harga (X3) dan jarak (X4). Model yang digunakan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras adalah model analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*. Hasil pengolahan data regresi linear berganda terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil pengolahan regresi linear berganda

Berdasarkan Tabel 5, Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan dapat

dilihat dengan menggunakan hasil uji F. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F dalam table yang

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	t sign
Konstanta	4,8730	4,208	8,18730
X1 (Usia)	0,0030	0,180	0,85700
X2 (Pendapatan)	1,1663	13,320	4,06670
X3 (Harga)	-0,0004	-4,094	0,00012
X4 (Jarak)	-0,1110	-1,689	0,09600
F Hitung	47,26	R	0,864a
F Tabel	2,43	R Square	0.746a
T Tabel	1,99		
Sig.	0,1		

menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan juga dapat dilihat dengan hasil uji F. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F dalam tabel, yang menunjukkan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Penelitian ini menemukan nilai F hitung sebesar 47,26, sedangkan nilai F tabel sebesar 2,43, yang menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($47,26 > 2,43$). Ini menunjukkan bahwa variabel usia (X1), pendapatan (X2), harga (X3) dan jarak (X4) berpengaruh secara bersamaan terhadap pembelian beras di Pasar Jambu Dua, Kota Bogor (Y).

Nilai R menunjukkan korelasi berganda antara variabel bebas dan variabel terikat. Nilai R berkisar antara 0-1, dan jika nilai R lebih besar mendekati 1 maka hubungan dianggap lebih erat, dan jika nilai R lebih rendah mendekati 0 maka hubungan dianggap lebih lemah. Berdasarkan hasil perhitungan penelitian ini, nilai R adalah 0,825, yang menunjukkan korelasi berganda sebesar 0,825 yang berarti korelasi antara variabel usia (X1), pendapatan (X2), harga (X3), dan jarak (X4) terhadap pembelian beras di Pasar Jambu Dua, Kota Bogor (Y) bernilai sebesar 0,864 dengan artian hubungan sangat erat karena mendekati 1. Koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai R Square, nilai R Square berbentuk persentase. Pada penelitian ini R Square diperoleh nilai 0,746, ini menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel usia (X1), pendapatan (X2), harga (X3), dan jarak (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian beras di Pasar Jambu Dua, Kota Bogor (Y). bernilai sebesar 0,746 atau 74,6%, sedangkan sisanya merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Adapun dalam mengetahui hasil pengujian pengaruh setiap variabel secara parsial atau sendiri sendiri, maka dapat dilakukan uji t dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

pada taraf kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$, jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel secara parsial berpengaruh terhadap variabel yang terikat. Pada koefisien regresi variabel dapat berpengaruh apabila $> 0,10$ terhadap pembelian beras di Pasar Jambu Dua.

bentuk model regresi dengan seluruh kombinasi variabel pada penelitian ini adalah :

β_1 = Pengaruh variabel usia terhadap pembelian beras dapat diketahui melalui uji t atau uji hipotesis dengan koefisien regresi. Hasil pengujian dapat dilihat dari Tabel 5, dimana setiap peningkatan usia sebesar 1 satuan maka pembelian terhadap beras akan meningkat sebesar 0,003. Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t .

β_2 = Pengaruh variabel pendapatan terhadap pembelian beras dapat diketahui melalui uji t atau uji hipotesis dengan koefisien regresi. Hasil pengujian dapat dilihat dari Tabel 5, dimana setiap peningkatan pendapatan 1 satuan maka pembelian terhadap beras akan meningkat sebesar 1,166. Hasil ini tidak signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t .

β_3 = Pengaruh variabel harga terhadap pembelian beras dapat diketahui melalui uji t atau uji hipotesis dengan koefisien regresi. Hasil pengujian dapat dilihat dari Tabel 5, dimana setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan maka pembelian terhadap beras akan menurun sebesar 0,0004. Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t .

β_4 = Pengaruh variabel jarak terhadap pembelian beras dapat diketahui melalui uji t atau uji hipotesis dengan koefisien regresi. Hasil pengujian dapat dilihat dari Tabel 5, dimana setiap peningkatan jarak sebesar 1 satuan maka pembelian terhadap beras akan menurun sebesar 0,111. Hasil ini tidak signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t .

Berdasarkan T-sig faktor yang paling mempengaruhi pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor adalah faktor pendapatan dan jarak.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 5 dijelaskan bahwa variabel yang paling signifikan dalam keputusan pembelian beras di Pasar Jambu Dua yaitu usia dan harga karena memiliki nilai kurang dari alpha 5%. selain karena koefisien regresinya bernilai negatif, usia dikatakan sebagai variabel signifikan karena pengaruh kategori usia dibawah 50 tahun yang lebih memilih belanja di swalayan dibandingkan pasar tradisional. Sedangkan alasan harga menjadi variabel signifikan kedua yaitu beras dengan harga Rp 10.000/liter sudah mendapatkan kualitas yang baik serta cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

4. Faktor-faktor seperti usia, pendapatan, harga dan jarak memiliki pengaruh terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor.

Faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor adalah yaitu usia dan harga

DAFTAR PUSTAKA

- (Elsa P Lumbantoruan 2024) Ashari, Ulfira, and Syamsir Syamsir. 2023. "Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Analog Jagung Di Kota Gorontalo." *Agromix* 14 (2): 221–33.
<https://doi.org/10.35891/agx.v14i2.3630>.
- Badan Pusat Statistik. 2022. "Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia per Provinsi, Maret 2022." Bps.Go.Id. 2022.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2022/10/20/e49c979d3c9a4811ec28cc2f/pengeluaran-untuk-konsumsi-pe-nduduk-indonesia-per-provinsi--maret-2022.html>.
- Elsa P Lumbantoruan. 2024. "Pasar Jambu Dua Kota Bogor Akan Menjadi Pasar Tradisional Berkonsep Modern." *INews Depok*. 2024.
<https://depok.inews.id/read/393830/pasar-jambu-dua-kota-bogor-akan-menjadi-pasar-tradisional-berkonsep-m-odern>.
- Ikasari, Dhita Morita, Panji Deoranto, Rizky Lutfian Ramadhan Silalahi, and Ardaneswari Dyah Pitaloka Citraresmi. 2016. "Factors Influencing Consumers Behaviour Towards The Decision on Purchasing Organic Rice." *Jurnal Teknologi Pertanian* 17 (1): 69–78.
<https://doi.org/10.21776/ub.jtp.2016.017.01.8>.
- Indonesia-investment. 2024. "Beras." *Indonesia-Investment*. 2024.
<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/beras/item183>.
- Kamsiati, Elmi, Emmy Dharmawati, and dan Yadi Haryadi. 2018. "Karakteristik Fisik Dan Kimia Beras Indigenous Dari Lahan Pasang Surut Di Kalimantan Tengah Physical and Chemical Properties of Indigenous Rice from Tidal Swamp Land in Central Kalimantan." *Jurnal Pangan* 27 (2): 107–16.
- Liputan6. 2014. "6 Alasan Belanja Di Pasar Tradisional Tetap Menarik." *Liputan6*. 2014.
<https://www.liputan6.com/citizen6/read/2134934/6-alasan-belanja-di-pasar-tradisional-tetap-menarik>.
- Mahendra, Made Mahesa, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardiani. 2015. "Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Ardani, M. M. M. I. G. A. K. S. (n.d.). Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik the Body Shop Di Kota Denpasar. 442–." *Fakultas Ekonomi Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia*, 442–56.
- Nabilah Muhamad. 2023. "Konsumsi Beras Indonesia Terbanyak Keempat Di Dunia Pada 2022/2023." *Databoks.Katadata.Co.Id*. 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/13/konsumsi-beras-indonesia-terbanyak-keempat-di-dunia-pada-20222023>.
- Ruslan, Januar Arifin, and Dira Asri Pramita. 2021. "Transmisi Harga Vertikal Di Provinsi Jawa Barat (Analisis Data Panel)." *Jurnal Agristan* 3 (1): 1–11.
<https://doi.org/10.37058/ja.v3i1.2908>.