

RINGKASAN

Beras sebagai bahan pangan pokok bagi sebagian besar rakyat Indonesia mempunyai peluang yang besar bagi pengembangannya. Salah satu alternatif yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas beras dimulai dari pemilihan beras dengan kualitas terbaik sampai dengan proses akhir. Tujuan penelitian ini adalah 1) mengetahui karakteristik konsumen yang membeli beras bermerek di kota Purwokerto, 2) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli beras bermerek di kota Purwokerto, dan 3) menganalisis variabel yang dominan berpengaruh dalam pembelian beras bermerek di Kota Purwokerto.

Lokasi pengambilan data dilaksanakan di Moro Mall, P&D Aroma, Rita Pasar Raya Rita Supermall, Toko Berkah dan Bursa Kampus di Kota Purwokerto pada bulan November 2018 sampai Desember 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survai, sedangkan metode penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yakni menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen pembeli beras bermerek di Kota Purwokerto yakni sebagian besar berumur antara 21 sampai 30 tahun, jenis kelamin wanita, status sudah menikah dengan rata-rata pendidikan tertinggi SMA, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, pendapatan konsumen antara Rp2.100.000,00 sampai Rp4.000.000,00 perbulan, faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli beras bermerek yaitu pertama faktor budaya, kedua faktor psikologi, ketiga faktor harga, keempat faktor individu, kelima faktor sosial, keenam faktor merk, serta ketujuh faktor produk, dan variabel dominan yang mempengaruhi konsumen dalam membeli beras bermerek berdasarkan faktor loadingnya yaitu variabel promo penjualan beras bermerek (19,81), profesi konsumen beras bermerek (20,72), dorongan dari teman dalam mengkonsumsi beras bermerek (21,49) dan pengalaman konsumen dalam membeli beras (22,47).

SUMMARY

Rice as a staple food for most of the people of Indonesia has a good opportunity for its developers. One alternative that is done is by improving the quality of rice starting from the selection of the best quality rice to the final process. The purpose of this study is (1) to know the characteristics of consumer who buy branded rice in the city of Purwokerto (2) analyze the factors that influence consumers in buying branded rice in the city of Purwokerto, (3) analyze the dominantly influential variables in purchasing branded rice in Purwokerto city.

Data collection locations were carried out at Moro Mall, P & D Aroma, Rita Pasar Raya Rita Supermall, Toko Berkah and Bursa Kampus in Purwokerto City from November 2018 to December 2018. The research method used was survey method, while the sample determination method used a non probability sampling method namely using accidental sampling technique. The analysis used in this study is factor analysis.

The results showed that, the characteristics of consumers who buy branded rice in Purwokerto City are mostly between 21 to 30 years old, female gender, married status with the highest average high school education, employment as a housewife, consumer income between Rp2 .100,000.00 to Rp4,000,000.00 per month, factors that influence consumers in buying branded rice, namely the first cultural factor, the two psychological factors, the three price factors, the four individual factors, the five social factors, the six brand factors, and the seven product factors, and the dominant variable that influences consumers in buying branded rice based on its loading factor, it's the variable branded rice sales promotion (19.81), the profession of branded rice consumers (20.72), encouragement from friends to consume branded rice (21.49) and the experience of consumers in buying rice (22,47).