

ABSTRAK

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Beras Merah pada Supermarket Carrefour di Yogyakarta

Muhammad Brandika Evanda

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui profil responden beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta dan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis. Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah pelanggan Supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Teknik penentuan jumlah responden dalam penelitian ini adalah *insidental sampling* (responden yang secara kebetulan berhasil ditemui pada saat penelitian yaitu di Supermarket Carrefour di Ambarukmo Plaza Yogyakarta sebanyak 100 orang. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif berupa frekuensi.

Hasil analisis deskripsi variabel penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini cenderung berjenis kelamin perempuan yang masih berusia produktif antara 25 sampai 45 tahun. Responden didominasi pendatang dari luar DIY, memiliki latar belakang pendidikan sarjana, bekerja sebagai karyawan swasta, memiliki pendapatan lebih dari 5.000.000 rupiah perbulan, dan responden memiliki jarak rumah ke Carrefour Ambarukmo Plaza jarak lokasi belanja 1 sampai dengan 5 kilometer, responden memiliki motivasi dari diri sendiri dalam memilih beras merah, motivasi konsumsi untuk program diet untuk mengurangi kadar gula darah. Pada proses pengambilan keputusan pembelian untuk kebutuhan kesehatan, sumber informasi berasal dari keluarga dan kerabat terdekat, jenis informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui manfaat produk, lama pengumpulan informasi hanya kurang dari 1 hari, tempat membeli beras di Carrefour Ambarukmo Plaza, merek yang menjadi primadona Tropicana Slim Beras Merah, lama pertimbangan memilih merek beras merah kurang dari 1 hari, banyaknya konsumsi kurang 0,5 kg/bulan, ukuran produk kemasan 1 kg, kepuasan merasa puas, akan melakukan pembelian kembali, dan akan merekomendasi kepada orang lain.

Kata kunci: Beras Merah, proses Pengambilan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Decision Making Process for Purchasing Red Rice at Carrefour Supermarket in Yogyakarta

The purpose of this study was to find out the profile of respondents of brown rice at Ambarukmo Plaza Yogyakarta Carrefour supermarket and to find out the decision-making process of buying brown rice at the Carrefour supermarket Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

This type of research is descriptive analysis. In this study the respondents taken were customers of the Carrefour Supermarket Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The technique of determining the number of respondents in this study was incidental sampling (respondents who were accidentally found at the time of the research at the Carrefour Supermarket in Ambarukmo Plaza Yogyakarta as many as 100 people. The method of data analysis used descriptive analysis in the form of frequency.

The results of the analysis of the description of the research variables showed that the majority of respondents in this study tended to be female who were still productive between 25 and 45 years old. Respondents were dominated by migrants from outside DIY, had undergraduate education backgrounds, worked as private employees, had income of more than 5.000.000 rupiah per month, and respondents had the distance of houses to Carrefour Ambarukmo Plaza distance of shopping locations 1 to 5 kilometers, respondents had motivation from yourself in choosing brown rice, consumption motivation for a diet program to reduce blood sugar levels. In the process of purchasing decisions for health needs, sources of information come from the family and closest relatives, the type of information needed to find out the benefits of the product, information collection is only less than 1 day, where to buy rice at Carrefour Ambarukmo Plaza, the brand that is the flagship of Tropicana Slim Red Rice, the length of time considering choosing a red rice brand is less than 1 day, the amount of consumption is less than 0.5 kg / month, the product size is 1 kg, satisfaction is satisfied, will make a repurchase, and will recommend to others.

Keywords: Red Rice, Purchasing Decision Making Process.