

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai proses keputusan pembelian beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta yang meliputi profil responden (faktor internal dan faktor eksternal) dan proses pengambilan keputusannya dengan analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian).

A. Profil Responden

1. Faktor Internal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai factor internal responden sebagai berikut:

a. Usia

Berdasarkan usia, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.1. Usia Responden Terakhir pada Saat Penelitian

No.	Usia (tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17 s/d 24	32	32,0
2	25 s/d 45	53	53,0
3	46 s/d 55	13	13,0
4	56 s/d 75	2	2,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.1 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berusia 25 s/d 45 tahun sebanyak 53,0%. Pada usia 25 s/d 45 tahun, merupakan usia yang cukup matang

untuk dapat mempengaruhi pola pikir seseorang. Hasil yang didapatkan, kita mengetahui bahwa sejak remaja di era sekarang orang-orang cenderung lebih peduli terhadap diri dan kesehatannya, dalam arti memperhatikan makanan apa saja yang mereka konsumsi serta baik atau tidaknya konsumsi tersebut terhadap kesehatannya. Anak – anak muda sudah tidak sembarangan mengkonsumsi dan menjaga makanan untuk kesehatannya. Tentang apa aja manfaat yang dapat kita rasakan kalau rajin untuk mengkonsumsi beras merah selain menjaga tekanan gula darah, meningkatkan kualitas tidur, mengurangi resiko kanker usus, meningkatkan anti oksidan, mengurangi resiko penyakit jantung, dan dapat membantu mengurangi rasa depresi.

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.2. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	35,0
2	Perempuan	65	65,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.2 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan sebanyak 65,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta mayoritas adalah kaum perempuan yang berhasil ditemui pada saat penelitian. Aktivitas berbelanja kebutuhan sehari-hari lebih banyak dilakukan oleh kaum perempuan.

Hal ini disebabkan karena biasanya perempuan lebih sering dan senang untuk berbelanja atau karena dalam keluarga, bahwa istri atau ibu rumah tangga biasanya bertindak sebagai agen pembelian utama keluarga terutama untuk makanan, kebutuhan sehari-hari, dan barang pakaian pokok. Laki-laki dan perempuan mempunyai respon yang berbeda terhadap pesan pemasaran. Kotler (2008) mengatakan bahwa satu studi 36 memperlihatkan perempuan menilai koneksi dan hubungan dengan keluarga dan teman serta memberikan prioritas tinggi terhadap masyarakat. Sedangkan laki-laki lebih berhubungan dengan kompetisi dan memberikan prioritas tinggi pada tindakan. Oleh karena itu, pemasar cenderung lebih membidik wanita sebagai target utamanya.

Kaum perempuan mayoritas lebih peduli terhadap kesehatan dirinya, dan berupaya untuk merawat dan menjaga kesehatannya dengan usaha yang nyata. Disisi lain, kaum pria cenderung acuh tak acuh tentang segala sesuatu seperti apa yang dia konsumsi dan tidak ingin menghabiskan waktu untuk mengurus hal kecil yang sebenarnya berpengaruh besar terhadap kehidupannya contohnya kesehatan.

Belanja merupakan suatu kebutuhan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Baik kaum wanita maupun pria adalah konsumennya, hal ini dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan perilaku seseorang dalam memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan. Dalam kegiatan belanja, peran jender mempengaruhi perilaku konsumen. Misalnya saja, wanita secara historis dibentuk sebagai

ibu rumah tangga dan pria sebagai pemberi nafkah untuk menyambung hidup dan memenuhi segala kebutuhan rumah tangga. Hal ini memberikan pandangan bahwa hanya wanita yang mempunyai peran besar dalam mengelola perbelanjaan rumah tangga. Karena dianggap peran tersebut tidak lagi relevan untuk kebanyakan orang, maka hal ini memberikan suatu daya tarik bagi sebagian orang.

c. Pendidikan

Berdasarkan pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.3. Pendidikan Responden Terakhir pada Saat Penelitian

No.	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMA	21	21,0
2	D3	5	5,0
3	S1	58	58,0
4	S2	16	16,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.3 tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendidikan S1 sebanyak 58,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan responden beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta mayoritas berpendidikan pada tingkat tinggi.

Di era sekarang pendidikan adalah suatu tolak ukur penting dalam menjalani kehidupan. Salah satu yang mempengaruhi mengapa kebanyakan yang mengkonsumsi beras merah adalah responden yang

memiliki pendidikan tinggi karena mereka mayoritas sudah sadar akan kesehatan diri mereka dengan mengkonsumsi beras merah. Sedangkan, yang tidak berpendidikan tinggi kebanyakan mereka belum sadar akan pentingnya kesehatan dan mereka biasanya kurang mendapatkan informasi tentang bagaimana melakukan gaya hidup yang baik dan sehat.

Konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi yang lebih baik akan sangat responsif terhadap informasi dan selektif dalam memilih produk, selain itu pendidikan juga berperan dalam memiliki pengetahuan tentang gizi dalam suatu produk

d. Asal Konsumen

Berdasarkan asal konsumen, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.4. Asal Responden

Faktor-faktor	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Asal	Penduduk lokal DIY	37	37,0
	Penduduk pendatang	63	63,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.8 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar pendatang dari luar DIY sebanyak 63,0%. Responden yang banyak di temui pada saat penelitian ini didominasi oleh responden yang berasal dari Jawa Timur.

Responden yang didominasi oleh pendatang dari Jawa Timur, mereka mengkonsumsi beras merah dikarenakan sudah menjadi kebiasaan mereka dari tempat asal mereka, sedangkan penduduk asli Yogyakarta masih asing dengan kebiasaan tersebut.

Didominasi kaum etnis tionghoa sebagai responden dalam penelitian ini dikarenakan mereka sudah terbiasa mengkonsumsi beras merah karena dalam tradisi tionghoa, mereka lebih memikirkan manfaat dari mengkonsumsi beras merah itu sendiri. Beberapa alasan mereka konsumsi mereka suka mengkonsumsi makanan yang penuh serat tanpa nasi yang rendah lemak, kaya vitamin B, dan serat, tak mungkin kita bisa makan sampai kenyang.

Diet rendah karbohidrat memang menjanjikan pembakaran lemak. Namun, mengganti karbohidrat dengan makanan mengandung lemak lebih tinggi dan bernutrisi lebih rendah bukan jawaban untuk penurunan berat badan jangka panjang., Salah satu kunci tetap langsing adalah makan sampai cukup kenyang lalu berhenti. Orang Cina makan enak tiga kali sehari. Tipikal makanan Cina adalah makanan kaya serat, sayur dan terdiri atas protein dan karbohidrat. Makan sampai cukup kenyang. Anda bakal tak tergoda untuk menyantap makanan lain setelah itu.

Pengobatan tradisional Cina menggunakan makanan untuk mengobati penyakit, misalnya cabai untuk membantu pencernaan dan bawang putih untuk menetralkan racun. Semuanya itu bertujuan agar semua organ tubuh bekerja dengan baik membuat energi alias chi mengalir dengan lancar ke seluruh tubuh.

e. Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.5. Pekerjaan Responden pada Saat Penelitian

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	25	25,0
2	Karyawan Swasta	55	55,0
3	PNS	6	6,0
4	Wirausaha	14	14,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.4 tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak bekerja sebagai Karyawan Swasta sebanyak 55,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan responden beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta mayoritas dari Karyawan Swasta.

Hal ini disebabkan oleh tingkat pendidikan yang tinggi yang dimiliki oleh responden, kemudian kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi, yang pada akhirnya mereka lebih memilih untuk memiliki pekerjaan untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam berbelanja beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta dengan uang gaji yang mereka terima. Dengan adanya keterbatasan waktu yang dimiliki oleh konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan, maka mereka lebih memilih untuk berbelanja dengan waktu yang singkat dan praktis artinya dengan mereka berbelanja ke supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta mereka akan menghemat waktu karena tidak perlu untuk

tawar menawar dan mendapatkan pelayanan yang baik. Sedangkan untuk pelajar, mereka memilih supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta sebagai tempat berbelanja dikarenakan tempatnya yang nyaman.

Beras merah adalah salah satu makanan pokok premium yang tidak semua orang dapat mengkonsumsinya karena keterbatasan biaya hidup. Mayoritas responden yang berpendapatan lebih, serta ingin mengikuti tren atau ikut pengaruh orang lain yang membuat mereka memutuskan untuk mengonsumsi beras merah.

Kementerian Pertanian (Kementan) telah mengeluarkan regulasi yang mengatur kualitas beras, meliputi premium, medium, dan beras khusus. Untuk beras medium dan premium, harganya sudah diatur dengan harga eceran tertinggi (HET) yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan. Beras medium, mengacu pada maksimal derajat sosohnya 95%, kadar air 14%, dan broken atau bulir patah 25%. Sementara beras premium maksimal derajat sosohnya 95%, kadar air 14%, dan broken 15%. Sedangkan untuk kategori ketiga yakni beras khusus diatur lebih spesifik. Ada varietas beras yang otomatis langsung masuk kategori beras khusus, adapula beras khusus yang perlu disertifikasi. Ketiga ada beras Indikasi Geografis, seperti beras Cianjur, hanya diproduksi di wilayah tertentu, harus dapat sertifikat di Menkumham, yang urus itu Pemda, bukan pedagang bahwa di daerahnya sudah khusus sesuai geografis wilayah tumbuh

f. Pendapatan

Berdasarkan pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.6. Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	8	8,0
2	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	24	24,0
3	Rp.3.001.000-Rp.4.000.000	25	25,0
4	Rp.4.001.000-Rp.5.000.000	12	12,0
5	> Rp. 5.000.000	31	31,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.6 tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendapatan lebih dari Rp 5.000.000 sebanyak 31,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendapatan responden beras merah pada supermarket Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta mayoritas berpendapatan di atas UMR.

Dengan tingkat UMR di Yogyakarta sebesar 1,8 juta rupiah, maka pendapatan responden dengan rata rata 3 s/d 4 juta rupiah membuat responden tidak keberatan untuk mengkonsumsi beras merah dengan harga yang cukup mahal.

Serupa dengan faktor pekerjaan, pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras merah. Pendapatan seseorang berbanding lurus dengan kemampuan orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang lebih sehat.

2. Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai faktor eksternal responden sebagai berikut:

a. Jarak Tempuh Responden

Berdasarkan jarak, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.7. Jarak Rumah ke Tempat Penelitian Responden

Faktor-faktor	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Jarak Lokasi Belanja	< 1 Km	5	5,0
	1-5 Km	48	48,0
	6-10 Km	28	28,0
	> 10 Km	19	19,0
Total		100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5.7 tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas hanya berjarak 1-5 Km dari tempat penelitian sebesar 48% atau hampir setengah dari total responden. Dengan alasan lokasi yang strategis mayoritas responden memilih berbelanja di supermarket Carrefour Yogyakarta. Responden kebanyakan memiliki rumah dekat dengan lokasi penelitian yang membuat responden lebih mudah menjangkaunya.

Para pendatang dari luar DIY di dominasi memilih perumahan sebagai tempat tinggalnya di Yogyakarta. Dengan akses yang cukup strategis menuju Ambarukmo Plaza, membuat responden sangat mudah untuk menuju ke tempat lokasi penelitian.

b. Motivasi

Berdasarkan motivasi, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5.8. Motivasi Responden terhadap Pembelian Beras Merah

Faktor-faktor	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Motivasi Membeli	Diri Sendiri	54	54,0
	Teman	23	23,0
	Saudara	23	23,0
	Total	100	100,0
Motivasi Konsumsi	Program diet	47	47,0
	Lebih sehat	42	42,0
	Anjuran dokter	11	11,0
	Total	100	100,0
Motivasi untuk sehat	Menurunnya kadar gula darah	52	52,0
	Menurunkan stres	19	19,0
	Menjaga sistem kekebalan tubuh	29	29,0
	Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a. Motivasi membeli

Berdasarkan **Tabel 5.8** dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebanyak 54,0% memilih mengkonsumsi beras merah karena motivasi dari diri sendiri. Mayoritas responden memiliki motivasi terbesar dalam mengkonsumsi beras merah ada dalam diri sendiri yang juga dipengaruhi kerabat dan keluarga.

Motivasi pembelian beras merah, dorongan dari dalam diri konsumen untuk melakukan suatu tindakan pembelian pada produk beras merah dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Motivasi pembelian dilakukan oleh konsumen karena adanya motif ingin memiliki dan membutuhkan secara naluri manusia untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Motivasi Konsumsi

Berdasarkan **Tabel 5.8** motivasi konsumsi didominasi untuk melakukan program diet sebesar 47% dan disusul motivasi dengan mengkonsumsi beras merah lebih sehat sebesar 42%. Didominasi oleh perempuan banyak yang menjadikan beras merah sebagai salah satu alat konsumsi untuk menjalankan program dietnya serta menjaga kebugaran tubuh dengan mengurangi konsumsi gula.

c. Motivasi untuk sehat

Berdasarkan **Tabel 5.8** responden terbanyak menurunkan kadar gula darah sebanyak 52% dari total 100 responden. Beras merah terkenal dengan rendahnya kadar gula, kandungan serat yang tinggi serta memiliki karbohidrat kompleks yang lebih sehat dari beras putih serta makanan dengan karbohidrat kompleks, salah satunya beras merah, memiliki tingkat *glycemic index* rendah yang berguna dalam pengaturan kadar gula darah dan produksi insulin. Selain itu juga menyediakan energi untuk memaksimalkan manfaat kesehatan. Mengkonsumsi beras merah selain menjaga tekanan gula darah, meningkatkan kualitas tidur, mengurangi resiko kanker usus, meningkatkan anti oksidan, mengurangi resiko penyakit jantung, dan dapat membantu mengurangi rasa depresi.

B. Poses Pengambilan Keputusan

1. Proses Pengenalan Kebutuhan

Tabel 5.9 menunjukkan distribusi responden berdasarkan kebutuhan. Responden dengan bentuk kebutuhan oleh-oleh berjumlah 1 orang, kebutuhan persediaan berjumlah 8 orang, kebutuhan kesehatan berjumlah 85 orang, dan Lainnya seperti dijual kembali sebesar 6 orang.

Tabel 5.9 Jenis Kebutuhan Responden

Indikator	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Kebutuhan	Kebutuhan oleh-oleh	1	1,0
	Kebutuhan makanan pokok	11	11,0
	Kebutuhan kesehatan	88	88,0
	Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a. Kebutuhan

Berdasarkan **Tabel 5.9** dengan distribusi terbanyak berasal dari mereka yang mempunyai kebutuhan kesehatan dengan responden sebanyak 88 orang atau 88% dari total responden. Hal ini sesuai dengan kegunaan beras merah yang digunakan sebagai produk yang dipercaya lebih sehat daripada beras putih. Berbeda dengan kebutuhan oleh-oleh yang biasanya diberikan pembeli untuk sanak saudara di luar kota. Kebutuhan persediaan cenderung diperuntukkan bagi pembeli yang membeli dalam jumlah lebih dari satu untuk penggunaan pribadi.

2. Pencarian informasi

Berdasarkan pencarian informasinya terbagi atas sumber informasi, jenis informasi dan lama pengumpulan informasi dan hasilnya sebagai berikut

Tabel 5.10 Pencarian Informasi

Indikator	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Sumber Informasi	Keluarga	38	38,0
	Sahabat/teman	36	36,0
	Media sosial	26	26,0
	Total	100	100,0
Jenis Informasi	Manfaat produk	70	70,0
	Harga beli	11	11,0
	Kualitas produk	19	19,0
	Total	100	100,0
Lama Pengumpulan Informasi	Lebih dari 7 hari	13	13,0
	Rentang 1 - 7 hari	42	42,0
	Kurang dari 1 hari	45	45,0
	Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a. Sumber Informasi

Berdasarkan **Tabel 5.10**, Pencarian informasi mayoritas berasal dari keluarga sebanyak 38% dan dari sahabat/teman sebanyak 38%. Dari hasil tersebut diketahui bahwa sumber informasi yang paling berpengaruh adalah sumber informasi dari keluarga dan sahabat.

Sumber informasi dalam pencarian informasi beras merah masih didominasi dari mulut ke mulut belum terlalu memerlukan media social dalam pencarian informasinya, karena responden mayoritas lebih memilih beras merah dikarenakan ada keluarga atau sahabatnya yang menggunakannya juga.

b. Jenis Informasi

Berdasarkan **Tabel 5.10**, responden dengan jumlah terbanyak adalah mereka yang ingin mendapatkan informasi mengenai manfaat produk dari beras merah dengan jumlah 70 orang atau 70% dari total responden. Hal ini disebabkan responden ingin mengetahui apa aja manfaat dari mengkonsumsi beras merah. Responden ingin mengetahui manfaat beras merah secara umum. Setelah itu, kualitas produk menjadi informasi kedua yang ingin dicari oleh responden karena mereka mencoba membandingkan produk beras merah satu dengan yang lain. Sedangkan harga beli menjadi yang paling sedikit yaitu 11 orang dari 11% dari total responden, karna menurut mereka harga dari beras merah hampir sama dan tergantung kebiasaan mereka beli.

Manfaat dari beras merah selain menjaga tekanan gula darah, meningkatkan kualitas tidur, mengurangi resiko kanker usus, meningkatkan anti oksidan, mengurangi resiko penyakit jantung, dan dapat membantu mengurangi rasa

depresi. Harga beli tergantung dengan merk yang dijual dan untuk kemasan berapa kilogram nya, Hotel Beras Merah Organic dibandrol dengan harga Rp.29.500,00/kg, Pure Green Beras Merah dibandrol Rp.39.500,00/kg, dan Tropicana Slim Beras Merah dibandrol Rp.47.500,00/kg.

Kualitas produk secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Dan hasil penelitian bahwa preferensi konsumen melihat bahwa pelabelan atau *branding* dalam sebuah produk sangat penting, sebanyak 85% konsumen lebih memilih dan mempercayai produk yang sudah berlabel terkenal dibandingkan yang tidak. Strategi penjualan yang direkomendasikan yakni melalui pemasaran proaktif.

c. Lama Pengumpulan Informasi

Berdasarkan **Tabel 5.10**, responden dengan jumlah terbanyak adalah mereka lama mengumpulkan informasi didominasi oleh kurang dari sehari dengan jumlah 45 orang atau 45% dari total responden. Hal ini disebabkan responden kebanyakan tidak memerlukan waktu lama dalam penentuan apakah dia ingin membeli beras merah yang mereka inginkan. Ditempat kedua, responden membutuhkan 1-7 hari dalam mencari informasi yang didasari dari perkataan keluarga atau dari kerabat sebanyak 42 orang atau 42% dari total responden.

3. Evaluasi alternatif pembelian

Berdasarkan evaluasi alternatif terbagi atas indikator tempat membeli beras, merek beras, dan lama pertimbangan dengan hasil penelitian sebagai berikut.

Tabel 5.11. Evaluasi Alternatif pembelian

Indikator	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Alternatif Tempat Membeli Beras	Pasar Tradisional	41	41,0
	Toko Klontong	10	10,0
	Carrefour Ambarukmo Plaza	49	49,0
	Total	100	100,0
Merek Beras	Hotel Beras Merah Organic	25	25,0
	Pure Green Beras Merah	24	24,0
	Tropicana Slim Beras Merah	51	51,0
	Total	100	100,0
Lama Pertimbangan	Lebih dari 7 hari	12	12,0
	Rentang 1 - 7 hari	42	42,0
	Kurang dari 1 hari	46	46,0
	Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a. Alternatif Tempat Membeli Beras

Berdasarkan **Tabel 5.11**, responden dengan jumlah terbanyak adalah mereka yang berbelanja di Carrefour Ambarukmo Plaza dengan jumlah 49 orang atau 49% dari total responden. Hal ini dikarenakan kebanyakan responden bertempat tinggal tidak jauh dari Carrefour Ambarukmo Plaza merasa di sini tempatnya sangat nyaman dan lengkap ketimbang swalayan lain. Selain di Carrefour Ambarukmo Plaza, banyak juga responden yang mendapatkan beras merah di pasar tradisional dengan jumlah 41 orang atau dengan 41% dari total responden, alasan responden karna harga yang lebih murah di pasar tradisional menjadi salah satu alasan kenapa mereka juga memilih beli di pasar tradisional.

b. Merek Beras

Berdasarkan **Tabel 5.11**, responden dengan jumlah terbanyak adalah mereka yang memilih merek Tropicana Slim Beras Merah dengan jumlah 51 orang atau 51% dari total responden. Hal ini dikarenakan branding dari Tropicana slim

sendiri yang sudah ada di benak responden bahwa rendah gula maka responden tanpa piker panjang lebih memilih itu ketimbang merek lain. Ada pun alasan lain yaitu merek beras Tropicana Slim hanya dapat ditemukan di Carrefour Ambarukmo Plaza saja karena tidak dijual sembarangan di swalayan lainnya. Ada juga merek lain seperti Hotel Beras Merah Organic dan Pure Green Beras Merah yang masing masing dipilih 25% dan 24% dari total responden. Untuk merek beras Hotel Beras Merah Organic dan Pure Green Beras Merah lebih gampang dicari di swalayan lainnya karna penjualannya lebih banyak.

c. Lama Pertimbangan

Berdasarkan **Tabel 5.11**, menurut dari hasil lapangan mayoritas responden mempertimbangkan untuk pembelian beras merah tidak sampai satu hari dikarenakan mereka membeli beras merah kebanyakan karna sudah kebiasaan dan tidak perlu waktu yang lama dalam pertimbangannya.

4. Pembelian produk

Berdasarkan pembelian dibagi menjadi dua indikator yaitu banyaknya konsumsi dan ukuran produk. Dari hasil dilapangan diperoleh sebagai berikut.

Tabel 5.12 Pembelian

Indikator	Rincian	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Banyaknya Konsumsi	Kurang 0,5 kg/bulan	56	56,0
	0,5 kg-1 kg/bulan	29	29,0
	Lebih dari 1kg/bulan	15	15,0
	Total	100	100,0
Ukuran Produk	Kemasan 250 gr	30	30,0
	Kemasan 1 kg	49	49,0
	Kemasan 2 kg	21	21,0
	Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a. Banyaknya Konsumsi

Berdasarkan **Tabel 5.12**, responden dengan jumlah terbanyak adalah mereka yang mengkonsumsi kurang dari 0,5 kg/bulan dengan jumlah 56 orang atau 56% dari total responden. Responden mengkonsumsi kurang dari 0,5kg/bulan karena ada yang berasumsi memang mereka mengkonsumsi makanan dalam jumlah kecil dan kebanyakan mereka lebih mencampur dengan beras putih tidak *pure* semua beras merah yang hanya mereka konsumsi. Ditempat kedua, konsumsi responden sebanyak 0,5kg-1kg/bulan sebanyak 29 orang atau 29% dari total jumlah responden. Konsumsi beras merah ada juga yang menjadi benar-benar menjadi makanan pokok responden yang beralasan memang sudah biasa mengkonsumsi beras merah tanpa harus mencampur dengan beras putih. Konsumsi beras perkapita mencapai 1.551kg sampai tahun 2019.

b. Ukuran Produk

Berdasarkan **Tabel 5.12**, responden dengan jumlah terbanyak adalah mereka yang membeli beras merah dalam kemasan 1kg dengan jumlah 49 orang atau 49% dari total responden. Karna menurut responden untuk kemasan 1kg cukup tidak terlalu berat untuk dibawa dan cukup untuk dikonsumsi. Ada juga responden yang memilih kemasan 250gr dengan jumlah 30 orang atau 30% dari total responden. Responden yang memilih kemasan 250gr banyak beralasan bahwa mereka hanya membutuhkan sedikit saja beras merah tidak untuk konsumsi jumlah besar hanya sebagai campuran untuk beras putih.

5. Evaluasi pasca pembelian

Evaluasi pasca pembelian ini terbagi menjadi tiga indikator yaitu kepuasan, pembelian kembali dan rekomendasi. Dari hasil lapangan didapatkan sebagai berikut.

Tabel 5.13 Evaluasi Pasca Pembelian

Indikator	Rincian	Frekuensi	Prosentase
		(n)	(%)
Kepuasan	Ya	96	96,0
	Tidak	4	4,0
	Total	100	100,0
Pembelian Kembali	Ya	97	97,0
	Tidak	3	3,0
	Total	100	100,0
Rekomendasi	Ya	96	96,0
	Tidak	4	4,0
	Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

a. Kepuasan

Berdasarkan **Tabel 5.13**, responden yang merasa puas akan beras merah sebanyak 96 orang atau 96% dari total responden. Hal ini dikarenakan responden merasakan perbedaan lain dari mengkonsumsi beras putih dari rasa dan manfaat didalamnya. Sedangkan responden yang tidak puas adalah yang menurutnya beras merah sama saja dengan beras putih malah lebih mahal. Hal tersebut karena mereka belum memahami ada apa saja manfaat kesehatan apa saja yang terkandung.

b. Pembelian Kembali

Berdasarkan **Tabel 5.13**, Responden banyak yang akan kembali membeli sebanyak 97 orang atau 97% dari total responden. Hal ini dikarenakan nyaman dan kelengkapan Carrefour Ambarukmo Plaza dalam penyediaan beras merah

yang membuat responden sangat nyaman dalam berbelanja beras merah di sana. Ada juga yang berfikir ulang untuk membeli di Carrefour Ambarukmo Plaza karena dirasa harganya dikira mahal dari harga di swalayan lainya dan dirasa kurang praktis karena berada di dalam mall jadi ribet bawa barangnya.

c. Rekomendasi

Berdasarkan **Tabel 5.13**, Responden banyak yang akan merekomendasikan terhadap keluarga dan sahabatnya dalam berbelanja beras merah di Carrefour Ambarukmo Plaza sebanyak 96 orang atau 96% dari total responden. Hal ini banyak sekali responden yang menyarankan agar beras merah apalagi yang merek Tropicana Slim lebih banyak lagi dan bisa di jual di lain swalayan agar lebih gampang dijangkau.