

## **Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pembelian Beras SPHP Bulog di Rumah Pangan Kita Kota Semarang**

### ***Analysis of Factors Influencing the Purchase of SPHP Rice from BULOG at Rumah Pangan Kita in Semarang City***

**An Nitta Dwipuspa\*, Hery Setiawan, Joko Mariyono**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro  
Jl. Prof Soedarto, Tembalang, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah

\*Email: anitadwipuspa22@gmail.com

(Diterima 03-11-2025; Disetujui 21-01-2026)

#### **ABSTRAK**

Beras merupakan kebutuhan pokok utama masyarakat Indonesia, sehingga ketersediaan dan keterjangkauan harganya berperan penting dalam menjaga ketahanan pangan. Pemerintah melalui Perum BULOG melaksanakan program Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan (SPHP) yang disalurkan melalui jaringan Rumah Pangan Kita (RPK). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras SPHP BULOG di Rumah Pangan Kita Kota Semarang serta mendeskripsikan karakteristik konsumennya. Penelitian dilaksanakan pada tiga RPK, yaitu RPK Life by Grace, RPK Rizky Fajar, dan RPK Kawakibi, menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel berjumlah 120 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji validitas, reliabilitas, normalitas, serta uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, berusia produktif, berpendidikan SMA/ sederajat, bekerja sebagai ibu rumah tangga dan buruh, memiliki tanggungan keluarga 3–4 orang, serta berada pada kategori pendapatan menengah. Frekuensi pembelian beras SPHP umumnya dilakukan 1–3 kali dalam sebulan. Faktor psikologis, pribadi, budaya, dan sosial berpengaruh terhadap pembelian beras SPHP BULOG. Faktor psikologis berkaitan dengan motivasi dan persepsi, faktor pribadi mencakup pekerjaan dan gaya hidup, faktor budaya berkaitan dengan nilai serta kebiasaan konsumsi, sedangkan faktor sosial dipengaruhi oleh keluarga dan lingkungan sekitar.

Kata kunci: beras SPHP, BULOG, perilaku konsumen, Rumah Pangan Kita, faktor pembelian

#### **ABSTRACT**

*Rice is the main staple food for Indonesians; therefore, its availability and affordability are crucial to maintaining food security. The government, through Perum BULOG, implements the Food Supply and Price Stabilization (SPHP) program distributed via the Rumah Pangan Kita (RPK) network. This study aims to analyze the factors influencing the purchase of BULOG's SPHP rice at Rumah Pangan Kita in Semarang City and to describe consumer characteristics. The research was conducted at three RPK outlets, RPK Life by Grace, RPK Rizky Fajar, and RPK Kawakibi using a quantitative method with a descriptive approach. A total of 120 respondents were selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires, interviews, and literature studies, and analyzed using multiple linear regression, validity, reliability, and normality tests, as well as F and t tests. The results showed that most respondents were female, of productive age, had a senior high school education level, worked as housewives and laborers, had 3–4 dependents, and belonged to the middle-income group. The majority purchased SPHP rice 1–3 times per month. Psychological, personal, cultural, and social factors significantly influence the purchase of BULOG's SPHP rice. Psychological factors relate to motivation and perception, personal factors include occupation and lifestyle, cultural factors involve values and consumption habits, while social factors are influenced by family and the surrounding environment.*

*Keywords: SPHP rice, BULOG, consumer behavior, Rumah Pangan Kita, purchasing factors*

#### **PENDAHULUAN**

Beras merupakan bahan pangan pokok utama masyarakat Indonesia yang memiliki peran strategis dalam menjaga ketahanan pangan nasional. Ketergantungan masyarakat terhadap beras

menyebabkan fluktuasi harga dan ketersediaannya menjadi isu penting dalam perekonomian nasional. Konsumsi beras per kapita di Indonesia masih tergolong tinggi dibandingkan dengan komoditas sumber karbohidrat lainnya (Kementerian Pertanian, 2023). Stabilitas pasokan dan harga beras menjadi fokus utama kebijakan pemerintah dalam menjaga kesejahteraan masyarakat.

Perum BULOG sebagai lembaga yang ditugaskan pemerintah untuk menjaga stabilitas pangan melaksanakan Program Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan (SPHP) sebagai upaya pengendalian harga dan ketersediaan beras di tingkat konsumen. Program ini dijalankan melalui jaringan Rumah Pangan Kita (RPK) yang berfungsi sebagai mitra distribusi BULOG di berbagai daerah (BULOG, 2024). RPK berperan sebagai sarana penyaluran beras SPHP sekaligus sebagai agen ekonomi masyarakat yang menjaga akses pangan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat, terutama di wilayah perkotaan.

Perilaku pembelian konsumen terhadap produk pangan dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan pribadi. Faktor psikologis seperti motivasi dan persepsi menentukan tingkat minat beli terhadap produk pangan (Putri dan Setiawan, 2021). Faktor sosial dan budaya membentuk preferensi konsumen dalam memilih produk yang berkaitan dengan kebutuhan pokok rumah tangga. Faktor pribadi seperti pendapatan, pekerjaan, dan gaya hidup memengaruhi kemampuan serta kecenderungan individu dalam mengambil keputusan pembelian (Wulandari *et al.*, 2022).

Kota Semarang memiliki peranan penting sebagai pusat distribusi pangan di Jawa Tengah. Keberadaan RPK sebagai saluran distribusi beras SPHP membantu menjaga stabilitas harga di tingkat konsumen (BPS Jawa Tengah, 2024). Variasi perilaku pembelian antar konsumen menunjukkan adanya perbedaan pengaruh dari faktor sosial ekonomi dan psikologis. Kajian empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras SPHP di tingkat RPK masih terbatas, sehingga penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras SPHP BULOG di Rumah Pangan Kita Kota Semarang serta mendeskripsikan karakteristik konsumen yang menjadi target program tersebut. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi Perum BULOG dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pemasaran serta kebijakan distribusi pangan yang efektif dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kota Semarang pada tiga Rumah Pangan Kita (RPK), yaitu RPK Life by Grace, RPK Rizky Fajar, dan RPK Kawakibi, yang dipilih secara purposif karena aktif mendistribusikan beras SPHP BULOG dan memiliki konsumen yang secara kontinu melakukan pembelian beras SPHP. Waktu penelitian berlangsung pada Juni hingga Juli 2025. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras SPHP BULOG di RPK Kota Semarang. Variabel penelitian terdiri atas empat variabel independen, yaitu faktor psikologis ( $X_1$ ), faktor pribadi ( $X_2$ ), faktor budaya ( $X_3$ ), dan faktor sosial ( $X_4$ ), serta satu variabel dependen, yaitu pembelian beras SPHP ( $Y$ ). Teknik penarikan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden berdomisili di Kota Semarang, berusia minimal 18 tahun, dan pernah membeli beras SPHP BULOG di salah satu RPK lokasi penelitian. Jumlah sampel sebanyak 120 responden ditetapkan berdasarkan pertimbangan kelayakan analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berskala *Likert*, wawancara tidak terstruktur, dan studi pustaka. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer dari responden, sedangkan wawancara dan studi pustaka digunakan untuk memperkuat hasil analisis dan mendukung data sekunder. Analisis data dilakukan melalui tahapan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Prosedur ini menggambarkan tingkat ketepatan dan keakuratan alat ukur dalam memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya. Pengujian validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *product moment Pearson*.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap instrumen yang telah dinyatakan valid. Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat kestabilan dan konsistensi yang tinggi ketika digunakan dalam kondisi yang serupa pada waktu yang berbeda (Subhaktiyasa, 2024). Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa alat ukur tersebut aman digunakan kembali karena mampu menghasilkan data yang akurat dan konsisten. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

### Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi secara normal atau tidak. Distribusi normal menggambarkan sebaran data yang simetris, di mana nilai mean dan median berada pada posisi yang sama di tengah distribusi (Nasar *et al.*, 2024). Pola distribusi normal umumnya membentuk kurva lonceng (*bell-shaped curve*) yang menunjukkan keseimbangan antara nilai di sisi kiri dan kanan. Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 pada tingkat kesalahan  $\alpha = 0,05$ .

### Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan maupun parsial.

Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$  = Pembelian (Skor)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi variabel bebas

$X_1$  = Faktor psikologi (Skor)

$X_2$  = Faktor pribadi (Skor)

$X_3$  = Faktor budaya (Skor)

$X_4$  = Faktor sosial (Skor)

$e$  = Error

Hipotesis statistik digunakan untuk menguji apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel independen ( $X$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ) dirumuskan sebagai berikut:

#### 1. Uji Simultan

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$  (Artinya, tidak ada pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen).

$H_1$ : Setidaknya ada satu  $\beta$  tidak sama dengan 0 (Artinya, ada pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen).

#### 2. Uji Parsial

$H_0: \beta_1 = 0 ; \beta_2 = 0 ; \beta_3 = 0 ; \beta_4 = 0$  (Artinya, variabel independen bukan penjelas yang signifikan bagi variabel dependen).

$H_1: \beta_1 \neq 0 ; \beta_2 \neq 0 ; \beta_3 \neq 0 ; \beta_4 \neq 0$  (Artinya, variabel independen merupakan penjelas yang signifikan bagi variabel dependen).

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk memastikan bahwa model regresi linier memenuhi syarat-syarat dasar agar hasil analisis yang diperoleh bersifat valid, tidak bias, dan dapat dipercaya. Uji ini berfungsi untuk mendeteksi serta mencegah adanya penyimpangan data yang dapat memengaruhi keakuratan hasil regresi, seperti multikolinearitas dan

heteroskedastisitas. Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk menjamin keandalan model regresi linier sehingga hubungan antara variabel independen dan dependen dapat dianalisis secara tepat, serta hasil estimasi dan prediksi yang dihasilkan memiliki tingkat keakuratan yang tinggi secara statistik.

### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier yang kuat maupun mendekati sempurna antarvariabel independen dalam model regresi (Mardiatmoko, 2020). Model regresi linier berganda dikatakan mengalami gejala multikolinearitas apabila terdapat hubungan linier yang tinggi antara sebagian atau seluruh variabel independen. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakakuratan dalam penentuan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap tingkat prediksi, sehingga model regresi dapat memberikan estimasi yang efisien. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Rank Spearman. Dasar pengambilan keputusan ditentukan berdasarkan nilai signifikansi ( $\alpha$ ), di mana apabila nilai  $\alpha > 0,05$  maka model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai  $\alpha < 0,05$  menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Koefisien Determinan

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai persentase yang dihasilkan menunjukkan tingkat kontribusi variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat. Kriteria penarikan kesimpulan dalam analisis ini berada pada rentang  $0 \leq R^2 \leq 1$ , di mana nilai  $R^2$  yang mendekati 1 mengindikasikan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen.

### Uji F

uji F juga digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji ini berfungsi menguji kelayakan model regresi secara keseluruhan, apakah semua variabel bebas bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria penarikan kesimpulan dalam uji ini adalah apabila nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini penting untuk melihat variabel mana yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial, sehingga dapat diketahui faktor yang paling dominan dalam memengaruhi variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah dengan membandingkan nilai signifikansi ( $\text{sig}$ ) hasil perhitungan. Apabila nilai  $\text{sig} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai  $\text{sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Kota Semarang

Kota Semarang secara geografis terletak pada koordinat  $6^{\circ}50' - 7^{\circ}10'$  Lintang Selatan dan  $109^{\circ}35' - 110^{\circ}50'$  Bujur Timur. Kota ini berfungsi sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah sekaligus menjadi pusat aktivitas pemerintahan, perdagangan, serta perekonomian regional. Kondisi geografisnya bervariasi, mulai dari kawasan pesisir Laut Jawa hingga dataran tinggi dengan ketinggian mencapai 348 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang (2024), luas wilayah Kota Semarang tercatat sebesar 373,78 km<sup>2</sup> yang terbagi menjadi 16 kecamatan

dan 177 kelurahan. Jumlah penduduknya mencapai lebih dari 1,8 juta jiwa dengan tingkat pertumbuhan sekitar 2,5% per tahun.

Peningkatan jumlah penduduk tersebut mencerminkan bertambahnya aktivitas ekonomi masyarakat, terutama pada sektor konsumsi pangan yang merupakan komponen utama pengeluaran rumah tangga. Struktur perekonomian Kota Semarang didominasi oleh sektor perdagangan dan jasa yang berperan penting sebagai penggerak utama ekonomi daerah. Letak geografis yang strategis menjadikan kota ini sebagai simpul logistik dan distribusi pangan di wilayah Jawa Tengah. Ketersediaan infrastruktur transportasi, pelabuhan, serta jaringan pasar yang memadai turut mendukung kelancaran distribusi komoditas pokok, termasuk beras. Sektor-sektor tersebut memiliki peranan penting dalam menjaga ketahanan pangan dan stabilitas ekonomi masyarakat perkotaan.

### **Kedaaan Umum Rumah Pangan Kita**

Rumah Pangan Kita (RPK) merupakan sarana distribusi program SPHP Perum BULOG yang ditujukan untuk mempermudah akses konsumen terhadap beras medium bersubsidi melalui toko mitra di tingkat lokal. Menurut BULOG (2023) yang menyatakan bahwa jumlah outlet RPK aktif di Jawa Tengah mencapai 600 unit yang tersebar di seluruh Jawa Tengah. Outlet RPK secara umum dibekali dengan stok beras SPHP dengan Harga Eceran Tertinggi (HET) Rp 62.500,-/5 kg. RPK tersebut memiliki target utama yaitu masyarakat menengah ke bawah, dengan tujuan menjaga keterjangkauan harga dan stabilitas pasokan pangan. RPK Life by Grace terletak di kawasan Pedurungan, volume penjualan rata-rata mencapai 800 kg/bulan. Hal ini menunjukkan bahwa outlet ini memiliki daya serap pasar tinggi, karena lokasi strategis dan segmentasi konsumen yang tepat (dominan segmen konsumen menengah ke bawah). RPK Rizky Fajar beroperasi di wilayah Semarang Barat, dengan rata-rata penjualan 200 kg/bulan. Lokasinya di pemukiman padat, dan penjualan stabil mengikuti pola kunjungan rumah tangga rutin. RPK Kawakibi, juga menjual 200 kg/bulan. Mobilitas warga setempat dan keberadaan alternatif pasar modern membuat penjualannya cenderung stabil meskipun volume relatif rendah. Menurut Mautiashifa dan Sundari (2024) yang menyatakan bahwa variasi volume ini menjadi penting dalam interpretasi, terutama untuk memahami temuan regresi bahwa faktor pribadi signifikan terhadap pembelian, yang didasari oleh karakteristik konsumen di setiap lokasi.

Hasil wawancara lapangan memperlihatkan kondisi operasional yang beragam. RPK Life by Grace, yang dikelola oleh Bapak Daniel dan telah bergabung sejak tahun 2016 dengan harga jual Rp 60.000,-/5 kg. Stok biasanya habis dalam waktu seminggu sehingga distribusi dapat berlangsung 2–3 kali dalam sebulan. Pemilik menilai program SPHP cukup efektif, tetapi berharap ada regulasi yang lebih jelas serta pencegahan praktik penimbunan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

RPK Rizky Fajar, yang dikelola oleh Ibu Farida dan berdiri sejak 2003 dengan harga jual Rp 61.000,-/5 kg serta rata-rata penjualan 2 ton per bulan. Kendala utama yang dihadapi adalah keterlambatan distribusi akibat antrian pengambilan dan biaya pengangkutan yang cukup tinggi. Pemilik menilai program SPHP sudah baik, dengan saran agar pasokan dilakukan lebih rutin tanpa keterlambatan. RPK Kawakibi, yang dikelola oleh Bapak Suharto dan bergabung sejak 2017, mencatat volume penjualan sekitar 2 ton per bulan dengan harga jual Rp 54.500,-/5 kg, lebih rendah dari HET. Pasokan dilakukan langsung dari BULOG, tetapi kendala yang muncul adalah kekosongan stok karena tingginya permintaan serta keterbatasan kapasitas penyimpanan. Pemilik menilai program SPHP penting untuk menstabilkan harga beras, serta menekankan perlunya penertiban distribusi agar ketersediaan tetap terjamin.

### **Distribusi Ketersediaan Beras SPHP**

Sistem distribusi beras SPHP pada RPK di Kota Semarang dilakukan langsung dari Perum BULOG kepada outlet RPK tanpa melalui agen perantara. Mekanisme ini bertujuan menjaga efisiensi penyaluran, meminimalisasi keterlambatan, serta memastikan harga tetap sesuai dengan ketentuan Harga Eceran Tertinggi (HET). Berdasarkan hasil wawancara, ketiga pemilik RPK (Life by Grace, Rizky Fajar, dan Kawakibi) menyampaikan bahwa distribusi langsung dari BULOG mempermudah mereka memperoleh pasokan. Keterlambatan distribusi tetap kerap terjadi akibat keterbatasan armada, antrian panjang dalam proses pengambilan, serta prosedur administrasi yang cukup kompleks. Perum BULOG ditugaskan oleh Badan Pangan Nasional (Bapanas) untuk melaksanakan Program Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan (SPHP) berdasarkan Surat Kepala Bapanas Nomor

02/TS.03.03/K/1/2023. Penyaluran beras SPHP kepada konsumen dilaksanakan melalui dua jalur, yaitu Satuan Tugas (Satgas) BULOG serta melalui pengecer, ritel modern, distributor/mitra, dan kegiatan operasi pasar bekerja sama dengan pemerintah daerah.

### Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan profil umum individu yang menjadi subjek dalam penelitian. Karakteristik ini bertujuan memberikan gambaran mengenai kondisi responden sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara lebih komprehensif. Penelitian ini melibatkan 120 responden yang merupakan konsumen beras SPHP (Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan) di outlet Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	a. Perempuan	66,00	55,00
	b. Laki-laki	54,00	45,00
2	Usia		
	a. 17 – 25 tahun	5,00	4,20
	b. 26 – 35 tahun	96,00	80,00
	c. 36 – 45 tahun	9,00	7,50
	d. > 46 tahun	10,00	8,30
3	Pendidikan		
	a. SD/ Sederajat	15,00	12,50
	b. SMP/ Sederajat	23,00	19,20
	c. SMA/ Sederajat	57,00	47,50
	d. Diploma	2,00	1,70
	e. Sarjana/ S1	23,00	19,20
4	Pekerjaan		
	a. Buruh	32,00	26,70
	b. Ibu Rumah Tangga	42,00	35,00
	c. Pegawai Negeri	3,00	2,50
	d. Pegawai Swasta	26,00	21,70
	e. Wiraswasta/ pedagang	17,00	14,20
5	Jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan		
	a. 1 – 2 orang	48,00	40,00
	b. 3 – 4 orang	65,00	54,20
	c. 5 – 6 orang	5,00	4,20
	d. > 6 orang	2,00	1,70
6	Pendapatan (dalam per bulan)		
	a. < Rp. 1.000,000	15,00	12,50
	b. Rp. 1.000,000 – Rp. 2.000,000	40,00	33,33
	c. Rp. 2.000,000 – Rp. 3.000,000	63,00	52,50
	d. Rp. 3.000,000 – Rp. 4.000,000	2,00	1,70

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, dari segi jenis kelamin, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (55,00%). Kondisi ini sejalan dengan pendapat Oktoriana dan Suharyani (2020) yang menyatakan bahwa perempuan, khususnya ibu rumah tangga atau wanita tani, memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan terkait kebutuhan konsumsi rumah tangga maupun aktivitas ekonomi keluarga. Berdasarkan aspek usia, mayoritas responden berada pada rentang 26–35 tahun (80,00%), yang tergolong dalam kelompok usia produktif. Menurut Ayu *et al.* (2019), konsumen pada kelompok usia produktif cenderung lebih selektif dan kritis dalam memilih produk dengan mempertimbangkan kualitas, harga, serta nilai guna sebelum melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam kelompok usia tersebut lebih rasional dalam menentukan prioritas pembelian sesuai kebutuhan rumah tangga. Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA/ sederajat (47,50%). Tingkat pendidikan yang relatif tinggi memungkinkan responden memiliki kemampuan lebih baik dalam memahami informasi produk dan melakukan perbandingan sebelum membeli. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai ibu

rumah tangga (35,00%) dan buruh (26,70%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar berasal dari kelompok dengan aktivitas ekonomi sederhana. Solomon (2019) menjelaskan bahwa status pekerjaan berhubungan erat dengan gaya hidup dan daya beli konsumen, sehingga kelompok ini cenderung lebih berhati-hati dalam mengatur pengeluaran rumah tangga. Dari segi jumlah tanggungan keluarga, sebagian besar responden memiliki 3–4 orang tanggungan (54,20%). Herawati dan Wahyudi (2022) menyatakan bahwa jumlah tanggungan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, karena semakin banyak anggota keluarga, semakin besar pula kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Dengan demikian, pembelian beras pada kelompok ini lebih didorong oleh kebutuhan keluarga dibandingkan keinginan pribadi. Sementara itu, dari aspek pendapatan, mayoritas responden memiliki penghasilan dalam kategori menengah, yaitu berkisar antara Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000 per bulan (52,50%). Menurut Kotler dan Keller (2016), pendapatan merupakan faktor utama yang memengaruhi daya beli konsumen. Konsumen dengan tingkat pendapatan menengah cenderung lebih mempertimbangkan harga yang terjangkau dan manfaat produk dibandingkan faktor lain seperti merek atau prestise.

### Perilaku Pembelian Konsumen Beras SPHP BULOG di Rumah Pangan Kita Kota Semarang

Perilaku pembelian konsumen terhadap beras SPHP BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang dapat diidentifikasi melalui frekuensi pembelian dalam satu bulan. Frekuensi pembelian mencerminkan intensitas konsumen dalam mengonsumsi suatu produk dan menjadi salah satu indikator penting untuk memahami pola konsumsi serta tingkat kebutuhan rumah tangga terhadap komoditas tersebut.

**Tabel 2. Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

Frekuensi Pembelian (kali/bulan)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1 – 3	70	58,30
4 – 5	28	23,30
5 – 6	20	16,70
> 7	2	1,70

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden (58,30%) melakukan pembelian beras SPHP BULOG sebanyak 1–3 kali dalam sebulan. Sebanyak 23,30% responden melakukan pembelian 4–5 kali, 16,70% melakukan pembelian 5–6 kali, dan hanya 1,70% responden yang membeli lebih dari 7 kali dalam sebulan. Variasi frekuensi pembelian tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan konsumsi rumah tangga, terutama jumlah anggota keluarga. Semakin banyak tanggungan dalam satu rumah tangga, semakin tinggi pula kebutuhan terhadap beras sebagai bahan pangan pokok. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh daya beli rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan dasar secara efisien.

### Deskripsi Data

Penelitian ini mengumpulkan data dari 120 konsumen Rumah Pangan Kita (RPK) di Kota Semarang yang membeli beras SPHP BULOG. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu konsumen yang dalam tiga bulan terakhir tercatat melakukan pembelian di RPK. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengevaluasi pengaruh faktor psikologis (X1), faktor pribadi (X2), faktor budaya (X3), dan faktor sosial (X4) terhadap pembelian beras SPHP BULOG (Y). Jawaban responden diolah secara kuantitatif, dan untuk kepentingan analisis, skor rata-rata dikelompokkan ke dalam kategori tingkat persetujuan. Menurut Suci *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa skor rata-rata dibedakan menjadi skor Sangat Tidak Setuju (STS) = 99–179, Tidak Setuju (TS) = 180–259, Cukup Setuju (CS) = 260–339, Setuju (S) = 340–419, dan Sangat Setuju (SS) = 420–500.

**Tabel 3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis**

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Saya membeli beras SPHP karena harganya lebih terjangkau dibanding merek lain.	59	42	13	5	1	513,00
2.	Saya membeli beras SPHP karena ingin menghemat pengeluaran rumah tangga.	66	38	8	5	2	521,00
3.	Saya membeli beras SPHP karena kualitasnya cukup baik untuk kebutuhan sehari-hari.	62	30	25	3	0	511,00
4.	Saya menilai beras SPHP memiliki kualitas yang setara dengan beras lain di pasaran.	51	37	26	6	0	493,00
5.	Saya merasa beras SPHP BULOG lebih mudah didapat dibandingkan merek lain.	70	35	12	2	1	531,00
6.	Saya percaya bahwa beras SPHP adalah produk yang aman dan berkualitas.	34	38	34	10	4	448,00
7.	Saya mengetahui tentang beras SPHP dari pengalaman pribadi membeli di RPK.	30	37	36	13	4	436,00
8.	Saya mendapatkan informasi tentang beras SPHP dari iklan atau media sosial.	25	35	40	17	3	422,00
9.	Saya semakin yakin membeli beras SPHP setelah mendengar pengalaman orang lain.	32	47	32	9	0	462,00
10.	Saya memiliki kebiasaan membeli beras SPHP dibanding merek lain.	53	49	12	6	0	509,00
11.	Saya merasa nyaman dan percaya diri untuk menyajikan beras SPHP untuk dikonsumsi keluarga.	45	39	27	5	4	476,00
12.	Saya mendukung produk beras SPHP karena berasal dari program pemerintah.	48	40	26	4	2	488,00
Jumlah							5810
Rata-rata							484,20

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa variabel faktor psikologis memiliki skor rata-rata sebesar 484,20, yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Menurut Sugiyono (2019), skor rata-rata pada skala Likert dapat menggambarkan kecenderungan sikap responden terhadap objek penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi sangat positif terhadap beras SPHP, baik dari aspek harga, kualitas, ketersediaan, maupun rasa kepercayaan dan kenyamanan dalam mengonsumsinya. Temuan ini menegaskan bahwa beras SPHP menempati posisi kuat sebagai pilihan utama konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

**Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Pribadi**

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Usia saya memengaruhi pilihan saya dalam membeli beras SPHP.	64	40	11	4	1	522,00
2.	Saya merasa semakin tua, saya lebih memilih beras yang berkualitas daripada hanya murah.	69	36	9	4	2	526,00
3.	Saya lebih memilih beras SPHP karena sudah terbiasa sejak dulu.	53	35	29	3	0	498,00
4.	Jenis pekerjaan saya memengaruhi keputusan saya dalam membeli beras SPHP.	58	35	22	4	1	505,00
5.	Saya membeli beras SPHP karena sesuai dengan penghasilan dari pekerjaan saya.	62	39	15	2	2	517,00
6.	Waktu kerja saya memengaruhi tempat saya membeli beras, termasuk di RPK.	53	34	28	4	1	494,00



7.	Saya membeli beras SPHP karena sesuai dengan kondisi ekonomi saya.	45	36	31	7	1	477,00
8.	Jika pendapatan saya meningkat, saya tetap akan membeli beras SPHP.	42	40	24	11	3	467,00
9.	Harga beras yang terjangkau adalah faktor utama dalam saya membeli beras SPHP.	2	11	31	38	38	261,00
10.	Saya memilih beras SPHP karena mendukung gaya hidup hemat dan sederhana.	50	41	21	6	2	491,00
11.	Saya lebih memilih beras premium daripada beras SPHP karena mempertimbangkan gaya hidup.	60	46	9	4	1	520,00
12.	Gaya hidup sehat saya memengaruhi pemilihan beras yang saya konsumsi.	0	52	42	21	5	381,00
Jumlah							5659
Rata-rata							471,60

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel faktor pribadi memperoleh skor rata-rata sebesar 471,60, yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Responden menilai bahwa faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, pendapatan, kondisi ekonomi, dan gaya hidup memiliki peran penting dalam keputusan pembelian beras SPHP. Semakin relevan faktor-faktor tersebut dengan kebutuhan rumah tangga, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk memilih beras SPHP. Temuan ini sejalan dengan pendapat Schiffman dan Wisenblit (2020) yang menyatakan bahwa faktor pribadi merupakan salah satu determinan utama dalam perilaku konsumen.

Faktor pribadi juga mencerminkan perbedaan karakteristik dan kebutuhan antarindividu. Konsumen dengan tingkat pendapatan menengah, misalnya, cenderung mencari produk yang menawarkan keseimbangan antara harga dan kualitas. Hal ini menjelaskan mengapa beras SPHP, yang diposisikan sebagai produk berkualitas dengan harga terjangkau, menjadi pilihan utama bagi banyak rumah tangga. Selain itu, pekerjaan dan gaya hidup turut memengaruhi pola pembelian, di mana konsumen dengan aktivitas ekonomi stabil dan kebutuhan rumah tangga besar memiliki kecenderungan melakukan pembelian rutin untuk menjaga ketersediaan bahan pangan pokok. Perspektif perilaku konsumen, faktor pribadi tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga membentuk persepsi terhadap nilai dan manfaat produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), konsumen menilai produk berdasarkan kesesuaian antara kondisi pribadi dan nilai guna yang ditawarkan. Dengan demikian, tingginya tingkat persetujuan responden terhadap variabel faktor pribadi menunjukkan bahwa beras SPHP telah mampu memenuhi ekspektasi konsumen, baik dari aspek fungsional maupun emosional, sehingga memperkuat loyalitas dan keberlanjutan permintaan terhadap produk tersebut di pasar.

**Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya**

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Saya membeli beras SPHP karena banyak orang di lingkungan saya juga membelinya.	56	37	18	8	1	499,00
2.	Saya memilih beras SPHP karena sesuai dengan budaya konsumsi masyarakat di sekitar saya.	54	38	19	6	3	494,00
3.	Saya membeli beras SPHP karena pengaruh kelompok tertentu seperti komunitas atau organisasi.	0	55	33	30	2	381,00
4.	Saya membeli beras SPHP karena menyesuaikan dengan tingkat ekonomi keluarga saya.	56	40	16	7	1	503,00
5.	Saya melihat bahwa beras SPHP banyak dikonsumsi oleh masyarakat kelas menengah ke bawah.	52	47	12	8	1	501,00

6.	Saya merasa bahwa kelas sosial saya memengaruhi pembelian saya dalam memilih jenis beras.	45	50	13	18	2	502,00
Jumlah							2880
Rata-rata							480,00

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 5. menunjukkan bahwa variabel faktor budaya memiliki skor rata-rata sebesar 480,00, yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Nilai ini mengindikasikan bahwa aspek budaya berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian beras SPHP BULOG di Kota Semarang. Faktor-faktor seperti kebiasaan konsumsi, tingkat ekonomi, dan kelas sosial menjadi penentu utama dalam perilaku pembelian, sedangkan pengaruh kelompok sosial relatif lebih rendah. Temuan ini sejalan dengan pendapat Solomon (2021) yang menyatakan bahwa budaya dan subbudaya memiliki peran besar dalam membentuk pola konsumsi masyarakat. Budaya berfungsi sebagai pedoman bagi individu dalam menentukan preferensi konsumsi dan cara memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam konteks masyarakat perkotaan seperti Semarang, kebiasaan mengonsumsi beras sebagai bahan pangan pokok telah menjadi bagian dari identitas budaya yang melekat kuat.

Konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan norma, nilai, serta kebiasaan keluarga atau lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, keberadaan beras SPHP dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau mampu menyesuaikan diri dengan pola konsumsi masyarakat yang mengutamakan nilai guna dan efisiensi ekonomi. Selain itu, faktor budaya juga mencakup aspek kelas sosial dan tingkat ekonomi yang memengaruhi daya beli dan preferensi produk. Konsumen dari kelompok menengah cenderung lebih rasional dan mempertimbangkan manfaat ekonomi dalam memilih produk pangan. Hal ini memperkuat posisi beras SPHP sebagai pilihan strategis bagi masyarakat yang mengutamakan keseimbangan antara harga dan kualitas. Secara keseluruhan, pengaruh budaya terhadap perilaku pembelian menunjukkan bahwa keputusan konsumen tidak hanya didorong oleh faktor individu, tetapi juga oleh nilai-nilai sosial dan tradisi yang membentuk kebiasaan konsumsi rumah tangga di wilayah perkotaan.

Pengaruh budaya terhadap perilaku pembelian juga berkaitan dengan proses adaptasi konsumen terhadap dinamika sosial dan ekonomi. Dalam masyarakat modern, nilai-nilai efisiensi, kestabilan harga, serta kesadaran terhadap ketahanan pangan mulai menjadi bagian dari budaya konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan program beras SPHP BULOG bukan hanya ditentukan oleh strategi distribusi, tetapi juga oleh kemampuannya menyesuaikan produk dengan budaya konsumsi masyarakat yang semakin rasional dan berorientasi pada kebutuhan pokok.

**Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian**

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Saya membeli beras SPHP karena merasa produk ini sesuai dengan kebutuhan rumah tangga saya.	60	41	13	5	1	514,00
2.	Saya memilih beras SPHP setelah mempertimbangkan informasi yang saya dapatkan dari berbagai sumber.	0	64	30	23	3	395,00
3.	Saya melakukan pembelian beras SPHP secara rutin untuk kebutuhan harian.	57	35	18	9	1	498,00
4.	Saya merasa membeli beras SPHP adalah hasil dari pertimbangan yang matang.	0	39	46	27	8	356,00
5.	Saya akan terus membeli beras SPHP jika kualitas dan harga tetap terjaga.	49	44	13	11	3	485,00
6.	Saya lebih memilih membeli beras SPHP di Rumah Pangan Kita (RPK) dibanding di tempat lain.	49	31	23	15	2	470,00
7.	Saya merekomendasikan beras SPHP kepada keluarga, teman, atau orang lain.	49	49	14	6	2	497,00
8.	Saya akan tetap membeli beras SPHP meskipun tersedia pilihan beras lain.	0	64	37	18	1	404,00

9.	Jika harga beras SPHP naik, saya tetap akan memilih untuk membelinya dibanding merek lain.	64	36	13	6	1	516,00
10.	Saya merasa yakin dengan memilih untuk terus membeli beras SPHP	62	36	15	5	2	511,00
Jumlah							4646
Rata-rata							464,60

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 6. menunjukkan bahwa variabel pembelian memiliki skor rata-rata sebesar 464,60, yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen membeli beras SPHP terutama karena kebutuhan rumah tangga, kepercayaan terhadap harga dan kualitas, serta keyakinan untuk terus mengonsumsinya. Chen *et al.* (2021) menjelaskan bahwa konsumen umumnya melakukan pembelian berdasarkan manfaat dan harga yang konsisten, bukan semata karena pertimbangan emosional atau kompleks.

### Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item pada setiap variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 dan korelasi positif yang cukup kuat terhadap skor total, sehingga dinyatakan valid secara. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh item pernyataan pada variabel faktor psikologis (X1), faktor pribadi (X2), faktor budaya (X3), faktor sosial (X4), serta variabel pembelian (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis penelitian.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Variabel faktor psikologis (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,842, faktor pribadi (X2) sebesar 0,827, faktor budaya (X3) sebesar 0,785, faktor sosial (X4) sebesar 0,785, dan variabel pembelian (Y) sebesar 0,751. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, sehingga seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan konsisten secara internal.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* pada uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan angka sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*.

#### Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Nilai *Tolerance* masing-masing variabel adalah faktor psikologis (X1) sebesar 0,309, faktor pribadi (X2) sebesar 0,613, faktor budaya (X3) sebesar 0,607, dan faktor sosial (X4) sebesar 0,324. Sementara itu, nilai *VIF* untuk variabel-variabel tersebut berturut-turut sebesar 3,236, 1,630, 1,648, dan 3,089, yang seluruhnya memenuhi kriteria *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

#### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa varians residual tidak menunjukkan pola tertentu atau keteraturan. Hal ini mengindikasikan bahwa data dalam model regresi bersifat homoskedastis, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model penelitian ini.

### Analisis regresi linear berganda

#### Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian

Variabel penelitian yang digunakan untuk membahas faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras SPHP BULOG adalah faktor psikologis (X1), faktor pribadi (X2), faktor budaya (X3), dan faktor sosial (X4). Variabel-variabel tersebut diuji menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7. Analisis regresi linear berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.
Constanta (a)	4,646	2,360	0,020
Faktor Psikologis (X1)	0,235	3,917	0,000
Faktor Pribadi (X2)	0,094	2,095	0,038
Faktor Budaya (X3)	0,360	5,114	0,000
Faktor Sosial (X4)	0,320	4,150	0,000
Variabel	Nilai		Sig.
F	101,897		0,000 <sup>b</sup>
<i>Adjusted R Square</i>	0,772		

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 7. Menunjukkan bahwa seluruh variabel independen terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian beras SPHP. Model untuk persamaan regresi linear berganda penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 4,646 + 0,235 X1 + 0,094 X2 + 0,360 X3 + 0,320 X4.$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa hasil yang diperoleh dengan variabel pembelian (Y), maka diperoleh nilai constanta positif sebesar 4,646, variabel faktor psikologis (X1) bernilai positif signifikan 0,235, variabel faktor pribadi (X2) bernilai positif signifikan 0,094, variabel faktor budaya (X3) bernilai positif signifikan 0,360 dan variabel faktor sosial (X4) bernilai positif signifikan 0,320. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian beras SPHP BULOG di RPK Kota Semarang dipengaruhi secara positif secara parsial oleh faktor psikologis, pribadi, budaya, dan sosial, serta secara simultan keempat faktor tersebut terbukti signifikan, dengan faktor budaya dan sosial sebagai yang paling dominan.

### Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,772, yang menunjukkan bahwa 77,20% variasi variabel pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh faktor psikologis (X1), pribadi (X2), budaya (X3), dan sosial (X4). Sisanya sebesar 22,80% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model, seperti faktor ekonomi, promosi, distribusi, dan kualitas produk. Menurut Sugiyono (2019), nilai  $R^2$  dalam penelitian sosial masih dapat diterima meskipun tidak sempurna, karena perilaku konsumen umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks.

### Uji F (Simultan)

Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung 101,897 > Ftabel 2,45 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga keempat variabel bebas (psikologis, pribadi, budaya, dan sosial) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pembelian. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Arga Ramadhana *et al.* (2023) terhadap teori permintaan yang dijelaskan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh faktor-faktor nonharga seperti psikologis, pribadi, budaya, dan sosial.

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu pembelian beras SPHP. Menurut Ghazali (2020), dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah jika nilai Sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial, sedangkan jika Sig. ≥ 0,05 maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial. Penelitian ini menggunakan 120 responden dengan 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat, sehingga diperoleh derajat kebebasan (df) sebesar 115 dengan nilai t tabel 1,981.

### Pengaruh Faktor Psikologis (X1) terhadap Pembelian (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel X1 (faktor psikologis) memiliki nilai signifikansi 0,000, berarti berpengaruh signifikan terhadap pembelian beras SPHP di RPK Kota Semarang. Wahyuni dan Arifin (2020) menyatakan bahwa semakin kuat persepsi positif, motivasi, dan pengalaman pribadi terhadap produk, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk membeli.

### Pengaruh Faktor Pribadi (X2) terhadap Pembelian (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor pribadi (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,038, yang berarti variabel ini berpengaruh signifikan terhadap pembelian beras SPHP, semakin sesuai

karakteristik pribadi seseorang terhadap produk beras SPHP, misalnya pendapatan yang terbatas dan kebutuhan akan produk dengan harga terjangkau, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Menurut Ayu *et al.* (2021), yang menyatakan bahwa pengaruh faktor pribadi seperti pendapatan dan gaya hidup sangat menentukan pilihan konsumen terhadap produk beras, khususnya beras organik dan bersubsidi

#### **Pengaruh Faktor Budaya (X3) terhadap Pembelian (Y)**

Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor budaya (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti secara statistik berpengaruh signifikan terhadap pembelian beras SPHP karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Menurut Jiemar *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa nilai budaya lokal membentuk preferensi kolektif masyarakat dalam pembelian beras sesuai tradisi.

#### **Pengaruh Faktor Sosial (X4) terhadap Pembelian (Y)**

Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor sosial (X4) berpengaruh signifikan terhadap pembelian (Y), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0.05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa aspek sosial seperti kebiasaan keluarga, rekomendasi dari tetangga, atau peran seseorang dalam rumah tangga berkontribusi nyata terhadap kecenderungan membeli beras SPHP. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Sari dan Prasetyo (2021), yang menyatakan bahwa pengaruh sosial dari keluarga dan lingkungan sekitar memiliki peran penting dalam menentukan pilihan produk pangan rumah tangga

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh faktor yang diuji (psikologis, pribadi, budaya, dan sosial) secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian beras SPHP di RPK Rizky Fajar, RPK Life by Grace, dan RPK Kawakibi Kota Semarang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afifah, D., Trihudyatmanto M, dan Heri, P. 2020. Analisis dimensi faktor psikologis terhadap pembelian (Studi kasus pada konsumen Swalayan United Mart Kalikajar). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*. 3(1): 9–24. <https://doi.org/10.32699/magna.v3i1.6643>
- Aini, A. N., Husna, A. W., Asih, A. S., Kharisma, A., dan Astuti, I. 2021. Analisis faktor - faktor yang memengaruhi pembelian fried chicken. *Hubisintek*. 2(3): 57–62. <https://doi.org/10.31591/hubisintek.v2i3.53>
- Anggraeni, N., Harini, N., dan Sutawi, S. 2024. Analisis perilaku konsumen tanaman anggrek di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 8(1): 238. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.01.19>
- Annisa, J., dan Mahesti, P. S. 2024. Peran humas perum BULOG dalam peningkatan citra perusahaan pada kasus penurunan kualitas beras di Indonesia. *Serasi*. 22(2): 2622–2913. <https://doi.org/10.36080/js.v22i2.3521>
- Ardiansyah, Risnita, dan Jailani, M. S. 2023. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah Pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal Ihsan*. 1(2): 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., dan Jeka, F. 2023. Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(3): 26320–26332.
- Baitipur, M. N., Pujiastuti, E., dan Annisa, Q. 2023. Pengaruh perilaku konsumen terhadap minat belanja online shop. *Jurnal Accounting International Mount Hope*. 2(1): 1–12. <https://doi.org/10.61696/jaimo.v2i1.168>
- BPS Jawa Tengah. 2024. Luas panen dan produksi padi di Provinsi Jawa Tengah, 2024 (Angka tetap). *Berita Resmi Statistik*, (14).
- BULOG. 2023. SPHP: Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan. Perum BULOG.
- Chaerunnisa, J. S., Setiadi, A., dan Prasetyo, E. 2024. Analisis faktor – faktor yang memengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian beras premium BULOG di Rumah Pangan Kita (RPK) Kota Semarang. *Agromedia: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*. 42(1): 75–93. <https://doi.org/10.47728/ag.v42i1.468>

- Christopher, H. V., Purnama, A. A., Harahap, S. M. M., dan Management, A. S. C. 2024. Application of K-Means clustering and OR-Tools to optimize rice distribution : A case study of Perum BULOG Indonesia. 7(2): 57–63.
- Fauzi, M. I., dan Yuliawati. 2020. Perilaku konsumen dalam membeli sayuran organik PO sayur organik Merbabu (Studi kasus Yogyakarta). Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 4(4): 17–23. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.04.05>
- Febriani, N. 2019. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Jurnal Agribisnis. 9(1): 47–53. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v9i1.1081>
- Ginting, N. L. B., Erlina, Y., dan Anggreini, T. 2025. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Beras SPHP (Stabilisasi Pasokan dan harga Pangan) di Kantor Perum BULOG Kalimantan Tengah. Jurnal Socio Economic Agricultural. 20(1): 216–223. <https://doi.org/10.52850/jsea.v20i1.19547>
- Hanum, Z., dan Hidayat, S. 2017. Faktor – faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sepatu merek nike di kota medan. Jurnal Bisnis Administrasi, 06, 37–43.
- Harahap, S. R., Zahara, A. E., dan Martaliah, N. 2023. Analisis perilaku konsumen dalam pengambilan pembelian pada usaha mandiri furnichia furniture di Kecamatan Sungai Gelam menurut perspektif islam. Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen.1(4): 157–171. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i4.239>
- Hudani, A. 2020. Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap pembelian. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (e-Bisma). 1(2): 99–107.
- Junaidi, J. S., dan Meirisa, F. 2021. Pengaruh promosi, harga, word of mouth, dan layout terhadap pembelian di supermarket diamond Kota Palembang. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen. 3(1): 22–36.
- Kamila, F., Prasetyo, E., dan Roessali, W. 2019. Analysis of consumer attitudes on purchasing the rice in Salatiga City. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. 3(1): 10–18. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v3i1.2980>
- Keren, K., dan Sulistiono, S. 2019. Pengaruh motivasi, budaya, dan sikap konsumen terhadap pembelian produk indomie. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. 7(3): 319–324. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. Marketing management (15th ed.). Pearson Education
- Lukman, R., dan Kusumawardhana, I. 2023. Standing above the leviathan : implikasi difusi norma perdagangan ke dalam kebijakan impor pangan Indonesia pada tahun 2018-2022. The Journalish: Social and Government. 4(4): 362–379. <https://doi.org/10.55314/tsg.v4i4.581>
- Mardiana, D., dan Sijabat, R. 2022. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (Mea), 6(1): 1370–1385. <http://dx.doi.org/10.31294/widyacipta.v6i1.11126>
- Mautiashifa, N. I., dan Sundari, M. tri. 2024. Bauran pemasaran ( 4P ) komoditas beras ( *Oryza sativa* L .) di Perum BULOG kantor wilayah Jawa Tengah. Cooperative, Small, and Medium Enterprise Development. 3(1): 23–33. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v3i1.93397>
- Mindari, E. 2020. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan pembelian produk roti isi krim durian (Jordan Bakery) di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh. Jurnal Ekonomika. 11(2): 46–61. <https://doi.org/10.35334/jek.v11i2.1437>
- Muhasor, Ilzamudin, dan Iriyadi, D. 2024. Telaah kritis metode-metode dalam penelitian ilmiah. Jurnal Pendidikan. 1(1): 22–28.
- Nasar, A., Saputra, D. H., Arkaan, M. R., Ferlyando, M. B., Andriansyah, M. T., dan Pangestu, P. D. 2024. Uji prasyarat analisis. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 2(6): 786–799.
- Nor Syahira, V., Anggraeni, V., Al Ghifari, M. I., Nurmalasari, T., Melisyah, M., dan Raihan, A. M. 2023. Analisis permintaan beras sebagai bahan pokok pada masa setelah Covid-19 di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 3(2): 119-130. <https://doi.org/10.59086/jeb.v3i2.571>
- Putri, A., Hasnah, Paloma, C., dan Yusmarini. 2021. Perilaku konsumen dalam membeli kopi di masa pandemi covid-19 pada coffee shop Kota Padang. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis.

- 5(4): 195–222. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.32>
- Rahmawati, B., Soedarto, T., dan Yulianti, N. 2024. Pengaruh faktor pribadi dan psikologis terhadap pembelian bumbu instan sajiku di surya mart Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Respati*. 15(1): 36–47. <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3591>
- Ramadhana, A., Putra, H. P., dan Kamal, N. 2023. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan beras di Kabupaten Fakfak. *Jurnal Informasi, Sains dan Teknologi* 5(1): 1-8. <https://doi.org/10.55606/isaintek.v5i01.64>
- Santoso, Y. A., dan Angela, V. F. 2023. Efektivitas kinerja pelayanan Badan Urusan Logistik (BULOG) dalam upaya keterjaminan persediaan pangan. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*. 12(2): 247–258.
- Sari, L., Sokarina, A., dan Suryantara, A. B. 2023. Studi etnometodologi: pengendalian persediaan Beras BULOG. *Jurnal Akademi Akuntansi*. 6(2): 312–322. <https://doi.org/10.22219/jaa.v6i2.26141>
- Subhaktiyasa, P. G. 2024. Evaluasi validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif : sebuah studi pustaka. *Education Research*. 5(4): 5599–5609.
- Subhaktiyasa, P. G. 2024. Menentukan populasi dan sampel : pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. 9: 2721–2731.
- Syahroni, M. I. 2022. Prosedur penelitian kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa*. 2(3): 211–213.
- Viora, P., dan Suyanto, A. 2020. Pembelian berdasarkan persepsi, motivasi, dan sikap pada marketplace. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 13(1): 16–22. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v13i1.1796>
- Yatiman. 2018. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian anggrek (*Orchidaceae*) di tempat usaha yusra dan windha-wan florist. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(2): 109. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v5i2.304>