

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KUALITAS DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAWANG MERAH
GORENG**

**SHOFFI NURJAYANTI
A 0118022**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2022**

ABSTRAK

SHOFFI NURJAYANTI. Perilaku Konsumen terhadap Kualitas dan Keputusan Pembelian Produk Bawang Merah Goreng. Dibimbing oleh **NUR ALIM BAHMID** dan **IKAWATI**.

Kualitas produk bawang merah goreng merupakan salah satu faktor penentu dalam keputusan pembelian. Produk yang dibuat sesuai dengan keinginan konsumen akan memunculkan sikap positif terhadap atribut bawang merah goreng dan menyebabkan derajat kepentingan atribut berbeda dengan atribut lainnya. Perilaku konsumen dalam mempersepsikan atribut produk yang sesuai dengan keinginannya dapat dijadikan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan produk bawang merah goreng. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen serta menggambarkan persepsi konsumen terhadap produk bawang merah goreng di Kecamatan Banggae Timur dan Kecamatan Wonomulyo. Sampel diambil masing – masing sebanyak 30 responden setiap lokasi dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh setiap faktor terhadap keputusan pembelian serta analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan persepsi konsumen terhadap kualitas produk bawang merah goreng. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa faktor pendidikan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan faktor harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk bawang merah goreng di kedua lokasi. Faktor umur dan pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Banggae Timur namun dua faktor tersebut berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Wonomulyo. Faktor lokasi penjualan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Banggae Timur namun justru berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Wonomulyo.

Kata kunci: bawang merah goreng, perilaku konsumen, persepsi konsumen

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Polewali Mandar dan Majene merupakan daerah penghasil bawang merah terbesar di Provinsi Sulawesi Barat. Pada tahun 2020, produksi bawang merah di Kabupaten Polewali Mandar mencapai 3.130 kuintal (kw) dengan luas area panen 97 hektar (ha), sementara itu produksi bawang merah di Kabupaten Majene mencapai 2.237 kuintal dengan luas area panen 73 hektar (Badan Pusat Statistik, 2021). Berdasarkan data tersebut nilai produktivitas bawang merah di Kabupaten Polewali Mandar dan Majene masing-masing adalah 32 kw/ha dan 30 kw/ha. Kondisi geografis Kabupaten Polewali Mandar dan Majene sangat mendukung dalam budidaya bawang merah, sehingga produksi bawang merah di kedua daerah ini sangat tinggi dibandingkan daerah lain di wilayah Sulawesi Barat yang hanya dapat memproduksi ratusan kuintal bawang merah saja setiap tahunnya. Pemasaran bawang merah mudah dilakukan karena daya serap pasar yang besar, yang ditandai dengan banyaknya jumlah penduduk di kedua daerah tersebut (Bank Indonesia, 2021).

Bawang merah pada umumnya dipanen 3 sampai 4 kali dalam setahun atau bersifat musiman yang menyebabkan fluktuasi harga. Pada saat musim panen, produksi bawang merah melimpah di pasar tradisional yang menyebabkan harganya rendah, tetapi ketika musim panen berakhir terjadi kelangkaan bawang merah yang menyebabkan peningkatan harga. Jika produksi bawang merah yang melimpah tidak disertai dengan penanganan pasca panen yang baik, bawang merah berpotensi mengalami kerusakan. Oleh karena itu, untuk menjaga kestabilan harga terhadap permintaan bawang merah dan mencegah kerusakan, pengolahan bawang merah menjadi bawang merah goreng perlu dilakukan sebagai langkah alternatif. Selain meningkatkan dan memberikan nilai tambah, pengolahan tersebut dapat mengantisipasi kelimpahan stok karena masa simpan bawang merah goreng lebih lama dibandingkan bawang merah segar. Bawang merah goreng bukan merupakan kebutuhan pokok, namun konsumen

membutuhkan bawang merah goreng tersebut sebagai pelengkap bumbu masak untuk menambah cita rasa dan kenikmatan makanan

Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) bawang merah goreng tidak banyak ditemukan di Kabupaten Polewali Mandar karena umumnya petani masih memasarkan bawang merah secara langsung, sedangkan di Kabupaten Majene kelompok tani sudah mulai memproduksi bawang merah goreng kemasan. Perkembangan UMKM bawang merah goreng di Kabupaten Majene mengalami peningkatan yang ditandai dengan perluasan daerah pemasaran hingga ke Kabupaten Mamuju yang diresmikan dengan penandatanganan MoU (*Memorandum of Understanding*) Pemerintah Majene dan Mamuju. Namun, kendala dalam pengembangan industri produk bawang merah goreng domestik adalah fluktuasi harga bahan baku dan pemenuhan sarana dan prasarana yang belum memadai (Bank Indonesia, 2021). Selain itu, kualitas bawang merah goreng yang ditemukan di pasaran juga dapat dikategorikan masih rendah, hal ini dapat dilihat dari penampakan fisik produk bawang merah goreng yang memiliki warna tidak merata dan ukuran irisan tidak seragam. Gambar 1.1 menunjukkan bawang merah goreng yang ditemukan di Pasar Marasa Wonomulyo, tampilan bawang merah gorengnya sudah cukup baik namun selama masa penyimpanan dan distribusi, bawang merah goreng tersebut tidak dapat bertahan lama sehingga muncul aroma tengik dan kadar air yang meningkat.



Gambar 1.1. Bawang merah goreng kelompok usaha Kelompok Wanita Tani Sejahtera

Proses pengolahan bawang merah goreng akan sangat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Proses pengolahan yang tidak tepat dapat menghasilkan bawang merah goreng bermutu rendah, misalnya bau tengik yang mempengaruhi aroma bawang merah goreng, tekstur yang tidak renyah dan daya tahan yang singkat selama penyimpanan dan distribusi (Bahtiar, *et. al.*, 2022). Aspek lain yang tidak kalah penting adalah tampilan produk misalnya warna bawang merah goreng harus berwarna kuning kecoklatan (*golden brown*). Masalah penurunan mutu juga dapat diakibatkan oleh pemilihan kemasan yang tidak mampu mempertahankan mutu produk, misalnya kemasan yang tidak kedap udara sehingga akan mengurangi kerenyahan bawang merah goreng. Oleh karena itu, aspek kualitas bawang merah goreng yang dihasilkan harus memiliki warna kuning atau kuning kecoklatan, kadar air maksimal 5%, kadar lemak 40%, dan asam lemak bebas maksimal 0,5% (Badan Standarisasi Nasional, 2013).

Kualitas bawang merah goreng sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut, sehingga pengamatan terhadap perilaku konsumen perlu dilakukan. Perilaku konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan serta proses psikologi yang mendorong tindakan sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan serta mengevaluasi produk dan jasa tersebut. Kesadaran untuk memahami perilaku konsumen dan memuaskan konsumen merupakan aspek yang penting bagi produsen karena setiap konsumen memiliki sifat, perspektif, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda (Depari, 2018). Pemahaman mengenai perilaku dan keinginan konsumen terhadap bawang merah goreng diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk bawang merah goreng. Persepsi dan sikap konsumen yang positif terhadap atribut bawang merah goreng dapat menyebabkan derajat kepentingan atribut berbeda dengan atribut lainnya. Perilaku konsumen dalam mempersepsikan atribut produk yang sesuai dengan preferensinya dapat dijadikan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan produk bawang merah goreng. Hal ini dapat menjadi informasi bagi produsen untuk memproduksi bawang merah goreng sesuai dengan atribut-atribut pokok yang paling penting bagi konsumen sehingga dapat berdampak pada peningkatan konsumsi bawang merah goreng.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka diperoleh rumusan masalah berupa sebagai berikut.

1. Faktor – faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap bawang merah goreng?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk bawang merah goreng?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk bawang merah goreng sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi produsen untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat
2. Mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap kualitas produk bawang merah goreng yang diinginkan sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Rekomendasi bagi produsen untuk menghasikan bawang merah goreng yang sesuai dengan karakteristik yang diinginkan oleh konsumen sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen
2. Bahan pertimbangan bagi produsen dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk produk bawang merah goreng yakni dengan cara melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk bawang merah goreng
3. Referensi penelitian terbaru

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bawang Merah

Bawang merah merupakan tanaman semusim berbentuk rumput yang tumbuh tegak dengan tinggi mencapai 15-50 cm dan membentuk rumpun. Akarnya berbentuk akar serabut yang tidak panjang. Bawang merah memiliki dua fase tumbuh yakni fase vegetatif dan fase generatif. Tanaman bawang merah memasuki fase vegetatif setelah berumur 11-35 HST dan fase generatif terjadi pada saat tanaman berusia 36 HST (Siregar, 2020). Adapun klasifikasi dari bawang merah adalah sebagai berikut.

Kingdom	:	Plantae
Sub Kingdom	:	Tracheobionta
Super Devisio	:	Spermatophyta
Divisio	:	Magnoliophyta
Kelas	:	Liliopsida
Sub Kelas	:	Liliidae
Ordo	:	Liliales
Familia	:	Liliaceae
Genus	:	Allium
Spesies	:	<i>Allium cepa</i>

Bawang merah banyak dibudidayakan di dataran rendah yang beriklim kering dengan suhu yang agak panas dan cuaca cerah. Tanaman ini juga tidak menyukai tempat yang tergenang air. Bawang merah dapat dibudidayakan dengan syarat tumbuh antara lain: tanah subur, tidak tergenang air, aerasi tanah baik, pH antara 5,5 – 6,5, suhu 23 – 32°C dan curah hujan antara 300 – 2.500 mm/tahun (Depari, 2018).

Benih bawang merah yang baik adalah benih yang berasal dari umbi yang dipanen tua atau sekitar usia 80 – 100 hari tergantung dari lokasi tanam. Jumlah benih yang dibutuhkan untuk budidaya bawang merah adalah sekitar 1,4 ton sampai 2,4 ton benih per hektar tergantung dari jarak tanam. Sebelum melakukan proses penanaman, dilakukan proses olah lahan terlebih dahulu serta

membuat bedengan dengan tinggi sekitar 50 cm. Setiap bedengan diberi jarak sekitar 50 cm serta dibuatkan parit sedalam 50 cm. Jarak tanam optimum adalah 15 x 15 cm atau 20 x 20 cm. Adapun pemeliharaan yang perlu dilakukan adalah pengairan, pemupukan, penyiangan serta penanganan hama, gulma dan penyakit. Tanaman bawang merah dapat dipanen dalam rentang waktu 55 – 70 hari sejak tanam. Umbi bawang merah yang sudah dipanen harus dikeringkan terlebih dahulu. Proses penjemuran dilakukan sekitar 7 – 14 hari hingga kadar air turun menjadi 85% (Auliq, 2016).

2.2 Bawang Merah Goreng

Bawang merah goreng merupakan sajian bawang merah yang diiris tipis dan digoreng hingga berwarna kuning kecoklatan, bawang merah goreng memiliki aroma khas dan banyak digunakan sebagai penambah cita rasa masakan Indonesia. Bawang merah goreng dapat dijadikan sebagai pengganti MSG (Monosodium glutamate) atau penyedap karena dapat memberikan tambahan rasa gurih pada makanan (Matondang, 2019).

Proses pengolahan bawang merah menjadi bawang merah goreng diawali dengan penyiapan bahan baku. Bawang merah segar ditata dalam bentuk bedengan kayu bertingkat dengan sirkulasi udara yang lancar agar bawang merah tidak mudah membusuk. Selanjutnya bawang merah dikupas hingga bersih, jika kulit bawang merah masih tersisa maka akan mempengaruhi warna bawang merah goreng yang dihasilkan karena kulit bawang lebih tipis sehingga bila ikut tergoreng akan mudah hangus dan menyebabkan warna bawang merah goreng tidak seragam. Setelah pengupasan dilakukan proses sortir berdasarkan ukuran bawang merah untuk menentukan tingkat ketebalan pengirisan bawang. Bawang merah dicuci dengan air mengalir hingga bersih lalu dilanjutkan dengan proses pengirisan bawang baik itu secara manual dengan pisau ataupun menggunakan alat pengiris bawang. Bawang merah iris dibalur dengan campuran tepung beras dan tepung maizena dengan perbandingan 8:1:1. Pada proses penggorengan, minyak goreng harus benar-benar panas sebelum memasukkan bawang agar campuran tepung tidak lepas. Selanjutnya bawang merah goreng ditiriskan secara manual atau menggunakan alat peniris minyak (*spinner*). Penggunaan *spinner* dinilai lebih baik karena minyak akan benar-benar hilang sehingga bawang merah

goreng yang dihasilkan akan lebih renyah, tidak berminyak, dan tidak mudah tengik. Setelah itu bawang merah goreng didinginkan di atas kertas polos, lalu siap untuk dikemas (Cahyaningrum, *et. al.*, 2019).

Syarat mutu produk bawang merah goreng yang harus dipenuhi berdasarkan Badan Standarisasi Nasional (SNI) 7713 (2013) adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1. SNI 7713 bawang merah goreng

No.	Kriteria uji	Satuan	Persyaratan
1.	Keadaan		
	Bau	-	Normal
	Warna	-	Kuning hingga kuning kecoklatan
	Rasa	-	Normal
2.	Kadar air (b/b)	%	Maks. 5
3.	Abu tak larut asam (b/b)	%	Maks. 0,1
4.	Kadar lemak (b/b)	%	Maks. 40
5.	Asam lemak bebas (sebagai asam omelat (b/b))	%	Maks. 0,5
6.	Cemaran logam		
	Kadmium (Cd)	mg/kg	Maks. 0,2
	Timbal (Pb)	mg/kg	Maks. 7,0
	Timah (Sn)	mg/kg	Maks. 40
	Merkuri (Hg)	mg/kg	Maks. 0,03
7.	Cemaran arsen (As)	mg/kg	Maks. 0,1
8.	Cemaran mikroba		
	Angka lempeng total	koloni/g	Maks. 1×10^4
	<i>Coliform</i>	koloni/g	Maks. 1×10^2
	<i>Escherichia coli</i>	APM/g	< 3

	<i>Salmonella</i> sp	-	Negatif/25g
	<i>Bacillus cereus</i>	koloni/g	Maks. 1×10^2
	<i>Clostridium perfringens</i>	koloni/g	Maks. 1×10^2
	Kapang dan khamir	koloni/g	Maks. 2×10^2

Sumber: SNI, 2013

2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan dan penggunaan barang atau jasa (Loudon dan Bitta *dalam* Marbun, *et. al.*, 2014). Produsen perlu untuk memahami perilaku dan mengenal konsumennya agar produsen mampu untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman terhadap perilaku konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan serta keputusan pembelian konsumen. Jika produk yang ditawarkan telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka konsumen akan membangun nilai tambah (*value*) terhadap produk tersebut secara mandiri.

Keputusan pembelian merupakan proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas pengenalan masalah, pencarian informasi/data, melakukan penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Niat (*intentions*) dapat digambarkan sebagai suatu situasi konsumen sebelum melakukan suatu tindakan (*action*), yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan dari konsumen tersebut. Keinginan pembelian ulang (*repurchase intention*) merupakan respon positif terhadap tindakan di masa lalu, proses ini menyebabkan terjadinya penguatan dan pemikiran positif atas apa yang diterima konsumen sehingga memungkinkan konsumen untuk melakukan proses pembelian ulang (Kotler dan Keller *dalam* Suryana dan Dasuki, 2013).

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen berkaitan erat dengan kualitas produk. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk pangan.

a. Atribut kualitas

Atribut kualitas produk pangan meliputi penampakan atau tampilan produk, bau, rasa dan tekstur. Penampakan atau tampilan produk meliputi beberapa aspek seperti warna, bentuk, ukuran dan lain sebagainya. Tampilan produk merupakan aspek pertama yang dilihat dalam pembelian produk makanan. Tampilan yang menarik dapat memberikan kesan positif terhadap produk tersebut. Bau atau aroma makanan umumnya erat dikaitkan dengan kandungan kimia yang terdapat pada produk pangan yang mengalami penguapan dan ditangkap oleh indra penciuman. Tekstur makanan juga akan mempengaruhi minat beli konsumen, yang berhubungan dengan sifat fisik dari produk pangan. Penelitian yang dilakukan pada UMKM Kue Pia Fatimah Azzahra di Kecamatan Tanjung Tiram menyimpulkan bahwa cita rasa merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi pembelian konsumen. Cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kue pia. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa cita rasa merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk pangan, dengan beberapa indikator seperti rasa, tekstur, dan aroma (Indrayani dan Syarifah, 2020).

b. Kemasan (*Packaging*)

Penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2017) mengenai kemasan sayuran hidroponik menghasilkan bahwa kemasan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen sayuran hidroponik. Kemasan dianggap sebagai salah satu alat dalam pemasaran komunikasi serta berperan sebagai alat untuk mempertahankan kualitas produk.

c. Masa Simpan

Masa simpan merupakan lama waktu sebuah produk yang kualitasnya masih dapat atau boleh dikonsumsi oleh konsumen. Masa simpan ini juga merupakan jaminan kualitas produk pangan bagi konsumen. Pengaruh masa simpan terhadap keputusan pembelian produk makanan menghasilkan kesimpulan yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan umumnya makanan

dibeli untuk langsung dikonsumsi (bukan disimpan dalam jangka waktu yang lama) sehingga atribut masa simpan tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun jika produk makanan yang dimaksud merupakan produk instan maka atribut masa simpan atau daya tahan produk akan mempengaruhi keputusan pembelian (Kurniati, *et. al.*, 2016).

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pangan adalah sebagai berikut.

a. Demografi

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahendra dan Ardani (2015), menunjukkan bahwa faktor demografi yang terdiri atas usia, pendidikan, jenis kelamin dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Harga

Harga merupakan salah satu atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk pangan. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen kemungkinan akan melakukan proses pembelian ulang. Hal ini menunjukkan dengan semakin terjangkau harga yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Mangifera, *et. al.*, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Meilani dan Simanjuntak (2012) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk makanan dan minuman di UKM (Usaha Kecil Menengah) Tangerang. Penetapan harga makanan dan minuman yang kompetitif dan terjangkau akan berpengaruh terhadap keinginan pembelian ulang.

c. Lokasi

Menurut Indrayani dan Syarifah (2020), lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kue pia di UMKM Fatimah Azzahra. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang mudah dijangkau konsumen, nyaman dan aman serta lokasi yang strategis memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan proses pembelian. Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian Jamal dan Busman (2021), yang menunjukkan

pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian ayam geprek.

2.4 Persepsi Kualitas

Persepsi merupakan proses memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna. Persepsi kualitas produk dapat dikatakan sebagai hal-hal yang mendasari keputusan konsumen mengenai karakteristik produk dan superioritas produk (Wardhani, *et. al.*, 2015). Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga berasal dari rangsangan lingkungan sekitar serta keadaan individu. Persepsi dapat bernilai negatif dan positif. Jika konsumen memiliki kesan positif terhadap produk yang ditawarkan produsen maka persepsi tersebut bernilai positif begitu pula sebaliknya (Susanti dan Sari, 2021).

Menurut Mulia (2021), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk pangan yakni:

- a. Karakteristik individu yang meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, suku, kesehatan, ukuran, komposisi keluarga dan status keluarga
- b. Karakteristik lingkungan yang meliputi musim, lokasi geografis, asal, tingkat urbanisasi, dan mobilitas
- c. Karakteristik produk yang meliputi rasa, warna, aroma, tekstur dan kemasan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Bancin (2021), dengan judul “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Bawang Merah di Pasar Induk Medan Tuntungan*”, menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* serta menggunakan metode penelitian deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap pembelian bawang merah.

Penelitian yang dilakukan oleh Meitasari, *et. al.*, (2020) berjudul “*Pengaruh Sosio-Demografis terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura pada Online Market*” menggunakan regresi logit untuk menduga pengaruh umur, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, alokasi dana untuk pembelian produk hortikultura di *online market*, tingkat pengetahuan konsumen terhadap *online shopping*, domisili konsumen dan jumlah tanggungan

keluarga terhadap keputusan pembelian produk hortikultura di *online market*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, alokasi dana, domisili dan tingkat pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk hortikultura di *online market* sedangkan faktor lain tidak berpengaruh secara signifikan.

Pratama dan Santoso (2018) dengan judul penelitian “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original*”. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2017), berjudul “*Pengaruh Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik*” dengan tujuan mengetahui pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik. Sampel dianalisis menggunakan SPSS berupa uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, uji t, uji F dan analisis *variance* (ANOVA). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kemasan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

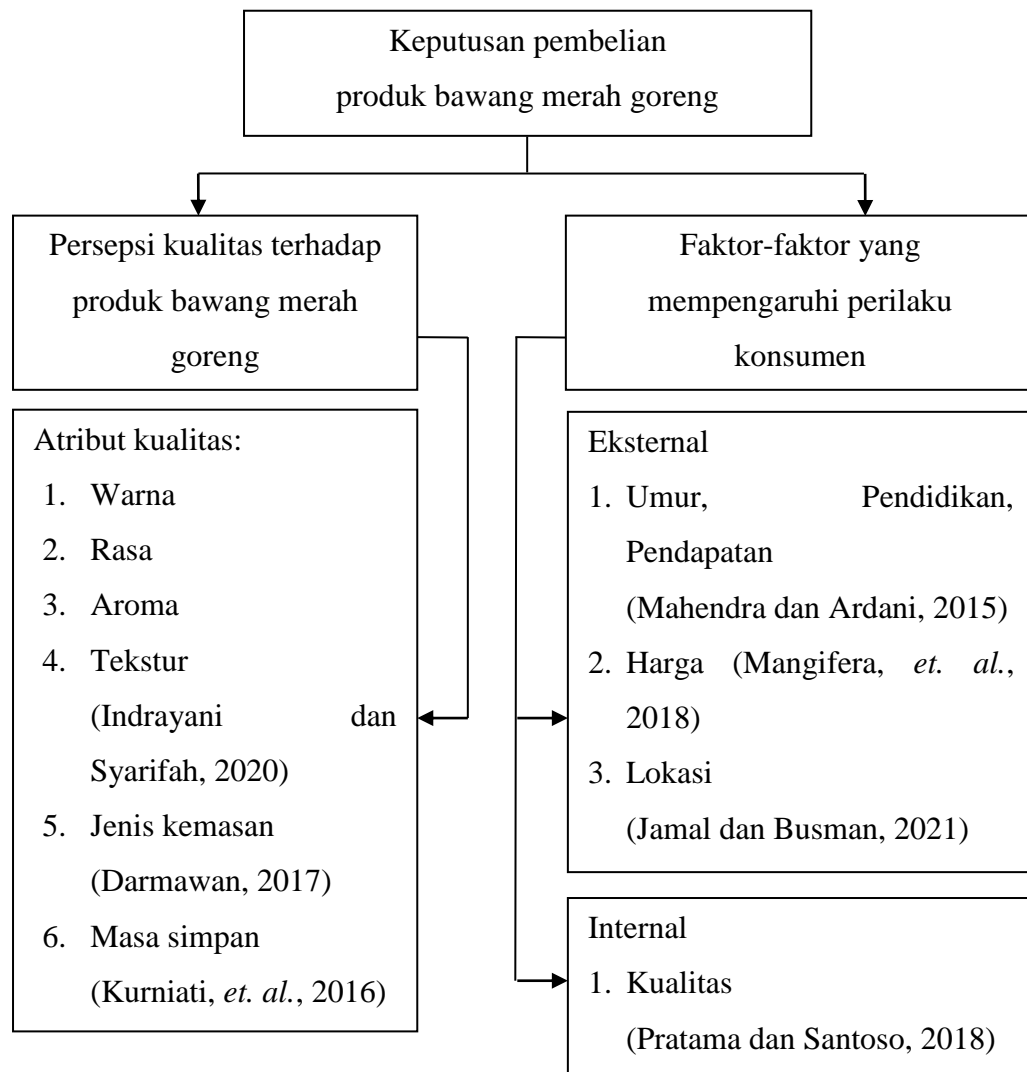
Penelitian oleh Ratnasari dan Harti (2016), dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya*”. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah dengan *software* SPSS 16.00. Hasil penelitian yang diperoleh adalah kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

2.6 Kerangka Pikir

Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk bawang merah goreng dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam produk yakni berkaitan dengan kualitas produk yang dihasilkan, sedangkan faktor eksternal merupakan

faktor luar yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian seperti faktor umur, pendidikan, pendapatan, harga produk, serta lokasi penjualan.

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk bawang merah goreng akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Pemahaman mengenai persepsi konsumen dapat menyebabkan derajat kepentingan atribut kualitas berbeda dengan atribut lainnya, sehingga produsen dapat mengetahui secara pasti karakteristik produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Perilaku konsumen dalam mempersepsikan atribut produk yang sesuai dengan preferensinya dapat dijadikan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan produk bawang merah goreng dan diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk bawang merah goreng.



Gambar 2.1. Kerangka berpikir

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, A. T., & Michael, S. 2015. *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. 3(2):643-654.
- Andriastuti, P. A., & Rahayu, D. L. (2021). *Persepsi Konsumen Remaja Di Kota Bandung terhadap Produk Pancake Bayam*. Jurnal Edufortech. 6(2):76-83.
- Auliq, M. A. 2016. *Pemanfaatan Teknologi Pengolahan Bawang Merah Goreng dan Pelatihan TTG Bawang Merah di Desa Watuwungkuk Kabupaten Probolinggo*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks. 2(2):65-74.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Provinsi Sulawesi Barat dalam Angka*. Mamuju: Badan Pusat Statistik Sulawesi Barat.
- _____. 2021. *Kecamatan Banggae Timur dalam Angka*. Majene: Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene.
- _____. 2021. *Kecamatan Wonomulyo dalam Angka 2021*. Majene: Badan Pusat Statistik Kabupaten Polewali Mandar.
- Badan Standarisasi Nasional. 2013. *SNI 7713: Bawang Merah Goreng*. Jakarta: Badan Standarisasi Nasional.
- Bahtiar, A. H., Arifin, M., & Muhaimin, M. 2022. *Pengolahan Bawang Merah Goreng untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Tegalrejo*. Jurnal Development. 1(2):100-111.
- Bancin, P. B. 2021. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Bawang Merah di Pasar Induk Medan Tuntungan*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Bank Indonesia. 2021. *Laporan Penelitian Komoditas/Produk/Jenis Usaha (KPJU) Unggulan UMKM di Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2021*. Mamuju: Bank Indonesia KPw Sulawesi Barat.
- Cahyaningrum, S. E., Herdyastuti, N., & Hidajati, N. 2019. *Iptek Bagi Masyarakat (IBM) Pelaku Usaha Bawang Merah Goreng di Jatirejo Nganjuk*. Jurnal ABDI. 4(2):91-97.
- Darmawan, D. 2017. *Pengaruh Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik*. Jurnal Agrimas. 1(1):1-10.
- Depari, M. M. S. 2018. *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Permintaan Bawang Merah di Pusat Pasar Bakaran Batu Kecamatan Lubuk Pakam*. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ete, A., & Alam, N. 2009. *Karakteristik Mutu Bawang Goreng Palu Sebelum Penyimpanan*. Jurnal Agriland. 16(4):273-280.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrayani, P., & Syarifah, T. 2020. *Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kue Pia Fatimah Azzahra di Kecamatan Tanjung Tiram*. *Jurnal Manajemen Ekonomi Sains*. 2(1):57-66.
- Irawati, N., & Hanurawaty, N. Y. 2014. *Penggunaan Kemasan Plastik Jenis PE (Polythylen), PP (Polypropylen) dan Kemasan Wrap terhadap Angka Kuman pada Daging Ayam*. *Jurnal Visikes*. 13(1):21-27.
- Jamal, A., & Busman, S. A. 2021. *Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat di Kabupaten Sumbawa*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 4(2):27-34.
- Juliandi, A., Irfan., & Manurung, S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kabeakan, N. T. M. B. 2019. *Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan*. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1(1):227-234.
- Kurniati, E., Silvia, E., & Efendi, Z. 2016. *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kue Bayat Bengkulu*. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*. 8(2):67-75.
- Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. A. K. S. 2015. *Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar*. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 4(2):442-456.
- Maligan, J. M., & Pamelasari, Y. 2018. *Studi Preferensi Konsumen terhadap Karakteristik Organoleptik Produk Croissant di Kota Malang*. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 6(3):1-7.
- Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. 2018. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. 20(1):18-23.
- Marbun, I. I., Ginting, R., & Emalisa. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek di Kota Medan*. *Journal of Agriculture and Aribusiness Socioeconomic*. 3(6):1-14.
- Matondang, T. A. A. 2019. *Pengembangan Industri Kuliner pada Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22*. Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Meilani, Y. F. C. P., & Simanjuntak, S. 2012. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 14(2):164-172.
- Meitasari, D., Mutisari, R., & Widyawati, W. 2020. *Pengaruh Sosio-Demografis terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura pada Online Market*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 4(4):965-972.
- Mulia, S. 2021. *Analisis Tingkat Konsumsi dan Preferensi Konsumen Bawang Putih Segar di Kota Medan*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original*. Diponegoro Journal of Management. 7(2):1-11.
- Priskila, M., & Christian, S. 2017. *Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk Gotcha Escargot Chips pada Perusahaan Sinergo Pemenang*. Jurnal Manajemen dan Start Up Business. 2(3):296-305.
- Ratnasari, A. D., & Harti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. 3(3):1-11.
- Siregar, Z. I. A. 2020. *Respon Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Bawang Merah terhadap Pemberian Pupuk NPK dan POC Rumen Sapi*. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. 2013. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang*. Jurnal Trikonomika. 12(2):190-200.
- Susanti, T dan Sari, A. F. R. 2021. *Pesepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sabun Lifebuoy di Kota Pontianak*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi (JEMBA). 1(2):123-137.
- Sutha, D. W. 2019. *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Kreatif.
- Thariq, A. S., Swastawati, F., & Surti, T. 2014. *Pengaruh Perbedaan Konsentrasi Garam pada Ikan Kembung terhadap Kandungan Asam Glutamat Pemberi Rasa Gurih (Umami)*. Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan. 3(3):104-111.
- Thoifah, I. 2015. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. 2015. *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product*. Jurnal Manajemen dan Organisasi. 6(1):45-63.

Wulandari, A., Waluyo, S., dan Novita, D. D. 2013. *Prediksi Umur Simpan Kerupuk Kemplang dalam Kemasan Plastik Polipropilen Beberapa Ketebalan*. Jurnal Teknik Pertanian Lampung. 2(2):105-114.