

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMBELI MAKANAN BERGIZI

Roisu Eny Mudawaroch* dan Rinawidiastuti

Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo

*Korespondensi email: roisueny@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, faktor pribadi dan jenis faktor konsumen terhadap keputusan pembelian makanan gizi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purworejo. Sampel diambil (purposive sampling) sebanyak 90 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji T dan uji F. Hasil uji validitas menunjukkan semua indikator menunjukkan hasil yang valid, dan uji reliabilitas menunjukkan hasil reliabilitas yang tinggi. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan tidak ada masalah dengan multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil regresi berganda menunjukkan persamaan regresi $Y = 17,269 - 0,147(X_1) + 0,305(X_2) - 0,015(X_3)$. Hasil uji statistik F adalah 3,35 dengan signifikansi 0,023 semua faktor secara simultan mempengaruhi keputusan untuk membeli makanan bergizi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor pribadi secara signifikan mempengaruhi keputusan untuk membeli makanan bergizi, sedangkan faktor sosial dan perilaku konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa faktor sosial, faktor pribadi dan jenis konsumen bersama-sama mempengaruhi keputusan siswa untuk membeli makanan bergizi.

Kata kunci: sosial, pribadi, perilaku konsumen, pembelian

Abstract. This study is to determine the effect of social factors, personal factors, and types of consumer factors on nutritional food purchasing decisions. The population in this study were students of the Faculty of Agriculture, Muhammadiyah University Purworejo. Samples were taken (purposive sampling) as many as 90 respondents, while the sampling technique used accidental sampling technique. Tests conducted in this study were validity, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, T test and F test. The validity test results showed all indicators showed valid results, and reliability tests showed high reliability results. The results of multicollinearity tests showed no problems with multicollinearity. Heteroscedasticity test showed there was no heteroscedasticity. Based on the results of multiple regression shows the regression equation $Y = 17,269 - 0,147(X_1) + 0,305(X_2) - 0,015(X_3)$. The result of the F statistical test was 3.35 with a significance of 0.023 all factors simultaneously influencing the decision to buy nutritious food. The conclusion of this study is that personal factors significantly influence the decision to buy nutritious food, while social factors and types of consumers do not have a significant effect. Based on the F test shows that social factors, personal factors, and types of consumers together influence the decision of students to buy nutritious food.

Keywords: social, personal, type of consumer, purchase

PENDAHULUAN

Kebutuhan bergizi penting untuk melihat tingkat kesejahteraan masyarakat. Makanan bergizi adalah makanan yang memenuhi semua kebutuhan yang dibutuhkan oleh tubuh, baik dalam jenis ataupun jumlahnya. Komposisi makanan untuk memenuhi kebutuhan tubuh perlu seimbang baik secara kualitas maupun kuantitasnya, maka tubuh akan mendapatkan kondisi kesehatan gizi yang sebaik-baiknya (Sediaoetama, 2006). Keseimbangan antara karbohidrat, protein lemak, vitamin dan mineral sesuai yang dibutuhkan oleh tubuh (Mudawaroch, 2019). Kekurangan atau kelebihan pangan dalam jangka waktu lama akan berakibat buruk terhadap kesehatan (Muchtadi, 2001).

Mahasiswa adalah pemuda yang telah menyelesaikan pendidikan jenjang SMA. Mahasiswa yang merupakan memerlukan makanan yang bergizi, di samping untuk pertumbuhan tubuh juga digunakan untuk menyuplai energi yang dibutuhkan. Mahasiswa yang tingkat awal terutama di Fakultas Pertanian mempunyai aktivitas yang tinggi tidak hanya perkuliahan tatap muka juga ada tugas terstruktur dan praktikum. Kurikulum di Fakultas Pertanian tingkat I dan tingkat II melaksanakan tiap semester melaksanakan praktikum sebanyak 7 – 10 sks. Aktivitas yang padat ini memerlukan makanan yang bergizi agar terhindar dari penyakit.

Berbagai faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan bergizi secara garis besar, dikelompokkan faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan menjadi tiga determinan, yaitu karakteristik individu, makanan, dan lingkungan. Suprayitno dkk, (2015) menyatakan bahwa faktor sosial dan faktor pribadi mempengaruhi keputusan pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo. Kartikasari dkk (2015) pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui 1) pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan bergizi; 2) Faktor pribadi terhadap keputusan pembelian makanan bergizi; 3) Faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan bergizi dan 4) Faktor sosial, Faktor pribadi dan faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan bergizi.

METODE PENELITIAN

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Petanian tingkat I dan tingkat II sebanyak 90 responden. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Metode Pengumpulan Data Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pernyataan, tertulis atau verbal, yang dijawab responden dengan menggunakan skala likert.

Variabel penelitian ini adalah : Keputusan membeli makanan bergizi (Y), Faktor Sosial (X1), Faktor pribadi (X2), dan Faktor perilaku konsumen (X3). Skala pengukuran yang digunakan

dalam penelitian ini adalah skala Likert. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Untuk memenuhi persyaratan regresi linier berganda perlu uji validitas, Uji Realibilitas, Uji Multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas.

Analisis Data

Data yang didapat kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y_i = a + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + e; i=1,2,3,\dots,n$$

Keterangan:

Y= Keputusan Pembelian

X₁= sosial

X₂= pribadi

X₃= perilaku konsumen

a= Konstanta

b₁= Koefisien Regresi Desain sosial

b₂= Koefisien Regresi Desain pribadi

b₃= Koefisien Regresi Desain perilaku konsumen

e= Error

Uji determinasi untuk melihat seberapa besar variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Uji Parsial (uji t) untuk menentukan seberapa besar variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk menentukan signifikansi keseluruhan model regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 90 orang. Responden tersebut merupakan Mahasiswa Fakultas Pertanian tingkat I dan tingkat II. Responden diminta kesediaan untuk mengisi angket yang telah disediakan. Karakteristik responden terdiri atas: program studi, jenis kelamin, usia, dan besar uang saku yang didapat. Karakteristik responden disajikan di Tabel 1.

Berdasarkan data identitas responden menunjukkan bahwa responden yang berasal dari program studi Agribisnis sebanyak 68 responden (75,6%) sisanya sebanyak 22 responden (24,4%) dari program studi peternakan. Hal ini disebabkan karena jumlah mahasiswa di Program studi Agribisnis lebih banyak dari pada program studi peternakan. Berdasarkan jenis kelamin sebanyak 47 responden (52,2%) merupakan perempuan dan sisanya berjenis kelamin laki-laki (43 responden). Jenis kelamin perempuan lebih banyak dari laki-laki hal ini disebabkan karena jumlah mahasiswa perempuan lebih banyak dari laki-laki. Berdasarkan usia sebagian besar berusia 18-21 tahun yaitu sebanyak 85 responden (84,5%) dan sisanya berusia 22-25 Tahun. hal ini disebabkan karena responden merupakan mahasiswa Tingkat I dan II sebagian besar lulus SMA kemudian melanjutkan Kuliah. Sedangkan yang berusia 22-25 Tahun adalah responden

yang setelah lulus SMA bekerja terlebih dahulu baru melanjutkan kuliah. Berdasarkan uang saku yang tertinggi adalah responden dengan mendapatkan uang saku Rp. 250.000 – 750.000 yaitu 55 responden (61,1%), sisanya merupakan dibawah Rp. 250.000 dan diatas 750 ribu. Berdasarkan tempat tinggal sebagian besar tinggal di rumah sendiri yaitu 58 responden (64,4%) dan sisanya indekos. Hal ini disebabkan karena sebagian besar mahasiswa di Fakultas pertanian berasal dari Purworejo dan sekitarnya.

Tabel 1. Karakteristik responden

Variabel	Indikator	N	%	Variabel	indikator	n	%
Program Studi	Agribisnis	68	75,6	Uang saku	<250	29	32,2
	Peternakan	22	24,4		Ribu rupiah	250-750	55
Jenis kelamin	Perempuan	47	52,2		750<	6	6,7
	Laki	43	47,8	Tempat tinggal	rumah sendiri	58	64,4
Usia	18-21	85	84,5			Indekos	32
		22-25	5	5,5			

Pengujian Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji validitas

Faktor	Indikator	Validitas	Faktor	Indikator	Validitas	Faktor	Indikator	Validitas
Sosial	X ₁₁	0,783**	Konsumen	X ₃₁	0,727**	Keputusan membeli	y ₁₁	0,708**
	X ₁₂	0,575**		X ₃₂	0,819**		y ₁₂	0,754**
	X ₁₃	0,806**		X ₃₃	0,717**		y ₁₃	0,417**
	X ₁₄	0,712**		X ₃₄	0,534**		y ₁₄	0,735**
Pribadi	X ₂₁	0,783**	X ₃₅	0,652**		y ₁₅	0,740**	
	X ₂₂	0,941**						
	X ₂₃	0,931**						

Keterangan ** berpengaruh sangat nyata (Valid)

Berdasarkan pada tabel R dengan n=90, $\alpha=5\%$, db= 98 sebesar 0,207. Hasil uji validitas menunjukkan semua indikator bernilai diatas 0,207 sehingga hasil yang didapatkan valid. Hal ini menunjukkan semua variabel layak digunakan sebagai indikator dalam penelitian.

Uji Realibilitas, Uji Multikolinearitas dan Uji heteroskedastisitas

Selain uji validitas juga dilakukan uji reabilitas dan uji multikolinearitas. Hasil Uji Realibilitas dan Uji Multikolinearitas disajikan di Tabel 3. Berdasarkan uji reabilitas menunjukkan bahwa faktor pelakuan menunjukkan nilai reabilitas yang tinggi sehingga variabel tersebut layak untuk di digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi tersebut ada interkorelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen karena akan mengurangi keyakinan dalam pengujian signifikansi. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan semua faktor menunjukkan tolerace di atas 0,01 dan nilai Variant Inflation Factor (VIF) dibawah 10 menunjukkan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil uji realibilitas dan uji multikolinearitas

Model	Realibilitas		Collinearity Statistics		
	Cronbach's Alpha	Keterangan	Tolerance	VIF	Keterangan
Sosial (X ₁)	0,686	Tinggi	0,843	1,187	Tidak terjadi
Pribadi (X ₂)	0,862	Tinggi	0,976	1,025	Tidak terjadi
Perilaku konsumen (X ₃)	0,716	Tinggi	0,825	1,212	Tidak terjadi
Keputusan membeli (Y)	0,710	Tinggi			

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *white* mempunyai nilai $0,00 <$ tabel *white* 5% db 2 yaitu 5,591 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa variabelindependen tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga memenuhi syarat dari ujiasumsi klasik.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil regresi berganda terdapat indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan bergizi bagi mahasiswa disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji regresi linier dan uji t

Model	Coefficients	t	Sig.
Constant	17,269	7,055	0,000
Faktor sosial (X ₁)	-0,147	-1,362	0,177
Faktor pribadi(X ₂)	0,305	2,741	0,007
Perilaku konsumen (X ₃)	-0,015	-0,180	0,858

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 4 dibuat persamaan : $Y = 17,269 - 0,147(X_1) + 0,305(X_2) - 0,015(X_3)$. Berdasarkan hasil analisis keputusan pembelian makanan bergizi, didapat koefisien regresi faktor pribadi (X₂) bernilai positif menunjukkan hubungan searah,

sedangkan Faktor sosial (X1) dan faktor perilaku konsumen (X3) bernilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Berdasarkan uji determinasi didapatkan nilai $R = 0,323^a$. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan yang rendah antara faktor independen terhadap faktor dependen. Sugiyono (200) menyatakan bahwa nilai R sebesar $0,20 - 0,399$ menunjukkan hubungan determinasi yang rendah. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,105$ menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen sebesar $10,5\%$.

Uji-Statistik T (Pengujian Parameter Regresi secara Tunggal/Parsial)

Berdasarkan hasil uji t (dalam Tabel 4) dengan tingkat kepercayaan 95 persen ($\alpha = 0,05$), variabel independent (faktor pribadi) berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan faktor sosial dan faktor perilaku konsumen tidak menunjukkan hasil yang nyata. Kotler (2005), menyatakan bahwa yang mempengaruhi perilaku pembelian adalah faktor pribadi.

Uji-Statistik F (Pengujian Simultan Seluruh Parameter Dugaan)

Uji Statistik F yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor perilaku konsumen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (keputusan pembelian makanan bergizi). Hasil uji statistik F yaitu $3,35$ dengan signifikansi $0,023$. Nilai tersebut masih dibawah $0,05$ berarti H_0 di tolak H_a diterima. Berdasarkan hasil uji F maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian makanan bergizi dipengaruhi secara bersama-sama oleh faktor sosial, pribadi dan perilaku konsumen. Ghozali (2011) bahwa hasil uji F menunjukkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dapat dikatakan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat.

Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bergizi

Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama (Kotler, 2005). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial tidak memengaruhi pembelian makanan bergizi. Faktor sosial terdiri dari: saran teman, pengaruh orang terdekat, lingkungan sering membeli dan agar terlihat update tidak mempengaruhi mahasiswa dalam keputusan membeli makanan bergizi. Hal ini disebabkan karena pada Mahasiswa di Fakultas Pertanian di Purworejo mempunyai prinsip yang kuat tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan. Kehadiran orang tua seorang remaja dalam dalam pembentukan identitas dirinya. Hal ini

dikarenakan kehadiran orang tua dapat membantu remaja membentuk identitas remaja secara positif (Soeharto dkk, 2018).

Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bergizi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan (Kotler dan Armstrong, 1997). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial memengaruhi pembelian makanan bergizi. Faktor sosial terdiri dari: cita rasa yang lezat, harga terjangkau dan rasa penasaran mempengaruhi mahasiswa dalam keputusan membeli makanan bergizi. Hal ini disebabkan karena pada Mahasiswa di Fakultas Pertanian di Purworejo mempunyai kepercayaan diri yang tinggi dalam memutuskan untuk membeli makanan yang bergizi. Kotler (2005) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian adalah faktor pribadi. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bergizi

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor perilaku konsumen tidak memengaruhi mahasiswa membeli makanan bergizi. Faktor Perilaku konsumen meliputi kandungan gizi makanan, memperhatikan kandungan gizi pada makanan, kandungan protein dalam makanan, makanan bergizi lebih penting daripada harga dan rasa kenyang lebih penting dari kandungan gizi. Tidak terdapat berpengaruhnya faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan disebabkan karena ketika mahasiswa membeli makanan tidak peduli terhadap kandungan gizi didalamnya. Walaupun sudah berstatus mahasiswa kesadaran makanan bergizi kurang diperhatikan. Hal ini diduga bahwa mahasiswa membeli makanan karena kesukaan dan kebiasaan mengkonsumsi makanan. Solikah dan Dewi (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam pembelian karena kebiasaan (habitual buying behavior).

Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bergizi

Faktor sosial, pribadi dan perilaku konsumen berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian makanan bergizi. Hanata Samuel (2007) yang menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen yang mendapatkan diskon 50%. Walaupun secara individual/parsial faktor sosial dan faktor perilaku konsumen tidak berpengaruh signifikan dengan arah hubungan negatif, sedangkan faktor pribadi berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif, tetapi jika diuji secara bersama-sama/simultan,

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan bergizi. Walaupun secara parsial ada yang tidak berpengaruh secara signifikan, namun secara keseluruhan yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Santoso dan Purwanti, 2013).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat kesimpulan sebagai berikut: 1) Faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan bergizi. 2) Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan bergizi. 3) Faktor perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan bergizi. 4) Faktor sosial, Faktor pribadi dan faktor perilaku konsumen secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan bergizi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hatane, S., A. V. Kosasih dan H. Novia. 2007. Perilaku Dan Keputusan Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discont Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2 (2): 73-80.
- Kartikasari, D., Z. Arifin dan K. Hidayat. 2013. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1-8.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Person Education. New Jersey.
- Suharto, M. P., N. Mulyana dan N. Nurwati. 2018. Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perkembangan Psikososial Anak TKI Di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pekerjaan Sosial*. (1): 135-147.
- Mudawaroch, R. E. 2019. Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Persepsi Diri terhadap Keputusan Membeli Makanan Bergizi Bagi Mahasiswa. *Jurnal Riset Agribisnis dan Peternakan*. 4 (2): 69-84.
- Sediaoetama. 2006. *Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi* Jilid II. Dian Rakyat. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunarto. 2018. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*. 5 (1): 35-45.
- Suprayitno, A., S. Rochaeni dan R. Purnomowati. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan). *Jurnal Agribisnis*. 9 (2): 177-214.
- Solikah, U. M. dan T. R. Dewi. 2017. Model Tipe Perilaku Konsumen dalam Membeli The di Kabupaten Sukoharjo. *Agronomika*. 12 (1): 50-54.
- Santoso, D. T. T. dan E. Purwanti. 2013. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat -M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti* 6 (12): 112-129.