

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Di Pasar Wamanggu.

The Effect Of Price, Product Quality, and Sales Location On Rice Purchase Decisions In Wamanggu Market

Angga Langgeng Pramudia¹, Untari^{2*}, Nina Maksimiliana Ginting¹

AFFILIASI

¹Program Studi Agrobisnis,
Fakultas Pertanian Universitas
Musamus

²Program Studi Ilmu
Pertanian, Fakultas Pertanian
Universitas Musamus

*Korespondensi:

untari@unmus.ac.id

Diterima : 06-01-2026

Disetujui : 19-02-2026

COPYRIGHT @ 2026 by
Agricola: Jurnal Pertanian.
This work is licensed under a
Creative Commons
Attributions 4.0 International
License

ABSTRACT

Merauke is a rice production center and can meet the needs of local consumption. Rice distribution to the community is mostly carried out by retailers in the Wamanggu Traditional Market. Consumers' rice purchasing decisions can be influenced by many factors. This study aims to analyze price, product quality, and sales location factors on rice purchasing decisions at Wamanggu Market, Merauke. This research was conducted around Wamanggu Market, one of the main rice sales centers in Merauke. This research was conducted from April to May 2023. This study used a quantitative descriptive approach. Respondent sampling was carried out in ten sub-districts in the Merauke Regency area. The number of respondents was 44 people, selected through probability sampling with the criteria of respondents being consumers who make repeat purchases at Wamanggu Market, in the last 1 month buying rice at Wamanggu and a minimum purchase of 5 kg. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with 3 measured variables, namely price factors (X1), product quality factors (X2), and sales location factors (X3). The results of the R² analysis show that the coefficient of determination explains that variables X1, X2, and X3 influence purchasing decisions (Y) by 84.6%, while partially the price factor does not influence the decision to purchase rice in the market, while product quality and sales location influence rice purchases by 30.3% and 25.6%. The results of the study concluded that the rice quality factor is the most dominant in rice purchasing decisions compared to sales location and price level factors.

KEYWORDS: Price, Product quality, Sales location, Purchasing decision, Rice

ABSTRAK

Merauke merupakan pusat produksi beras dan memenuhi dapat memenuhi kebutuhan telah dapat memenuhi kebutuhan konsumsi lokal. Distribusi beras untuk masyarakat sebagian besar dilakukan oleh pedagang pengecer di Pasar Tradisional yaitu Wamanggu. Keputusan pembelian beras oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor harga, kualitas produk, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Wamanggu, Merauke. Penelitian ini dilakukan di sekitar Pasar Wamanggu, salah satu pusat penjualan beras utama di Merauke. Penelitian ini dilakukan dari April hingga Mei 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel responden dilakukan di sepuluh kecamatan di wilayah Kabupaten Merauke. Jumlah responden adalah 44 orang, dipilih melalui probability sampling dengan kriteria responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian berulang di pasar wamnggu, dalam 1 bulan terakhir membeli beras di Wamanggu dan minimal pembelian 5 kg. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan 3 variabel terukur, yaitu faktor harga (X1), faktor kualitas produk (X2), dan faktor lokasi penjualan (X3). Hasil analisis R² menunjukkan bahwa koefisien determinasi menjelaskan variabel X1, X2, dan X3 mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 84,6%, sedangkan secara parsial faktor harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di Pasar, sedangkan kualitas produk dan lokasi penjualan berpengaruh terhadap pembelian beras sebesar 30,3%, dan 25,6%. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor kualitas beras paling dominan dalam keputusan pembelian beras di bandingkan faktor lokasi penjualan dan tingkat harga.

KATA KUNCI: Harga, Kualitas produk, Lokasi penjualan, Keputusan pembelian, Beras

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia sebagian besar penduduknya mengkonsumsi beras sebagai bahan makanan pokok untuk memenuhi kebutuhan akan karbohidrat (Harahap & Suprehatin, 2025; Hasmin *et al.*, 2024). Unggul Priyanto mengatakan, konsumsi beras per kapita Indonesia termasuk tertinggi di dunia, jika dibandingkan dengan China, Jepang dan Malaysia. Konsumsi beras Indonesia tahun 2018 sebesar 111,58 kg per kapita per tahun (Hasan *et al.*, 2022), China 60 kg, Jepang 50 kg, Korea 40 kg, Thailand dan Malaysia 80 kg (Suranto, 2016). Salah satu wilayah di Indonesia yang turut mempengaruhi tingginya tingkat konsumsi beras yaitu Kabupaten Merauke. Wilayah ini merupakan salah satu wilayah Indonesia yang masuk dalam pemerintahan Provinsi Papua Selatan yang sebelumnya menjadi bagian dari Provinsi Papua dengan jumlah penduduk 243.722 jiwa pada tahun 2023 (BPS Kabupaten Merauke, 2024). Konsumsi akan beras, di Kabupaten Merauke di penuhi dari produksi beras lokal yang di produksi di beberapa wilayah di Merauke yang menjadi sentra produksi beras. Ditinjau dari jumlah penduduk Merauke dan tingkat konsumsi beras nasional, kebutuhan akan beras di Kabuaten Merauke yaitu 27.194 ton. Menurut data produksi BPS, Produksi padi Kabupaten Merauke mencapai 236.500 ton GKG atau setara 141.900 ton beras (BPS Kabupaten Merauke, 2024).

Pemenuhan kebutuhan konsumsi beras di Merauke dapat di penuhi dari produksi beras lokal. Namun berdasarkan survei awal penelitian bahwa di pasar Merauke juga di jual beras import kemasan. Ketersediaan beras lokal dan beras import kemasan yang dijual di pasar merauke salah satunya yaitu di jual di Pasar Wamanggu yang menawarkan berbagai jenis beras, mutu, dan harga jual. Keputusan pembelian beras lokal atau import di suatu daerah pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu atribut mutu beras seperti tekstur, warna, kemasan, rasa, aroma (Hasan *et al.*, 2022), selain itu beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian beras oleh konsumen yaitu kualitas yang dirasakan, merk, promosi, lokasi pembelian, sumber informasi, dan harga beras (Aji & Widodo, 2010; Mahendra & Mamilianti, 2020a; Permatasari *et al.*, 2022). Hasil penelitian lain, bahwa keputusan pembelian beras dapat dipengaruhi oleh pendapatan dan modal sosial (Novita *et al.*, 2025; Verdiyanto *et al.*, 2023). Distribusi beras di Merauke salah satunya terjadi di pasar Wamanggu sebagai salah satu pasar tradisional sebagai sentra perdagangan bahan makanan pokok di Merauke dan distribusi pada umumnya melibatkan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer.

Pedagang pengecer merupakan salah satu lembaga pemasaran yang mendapatkan barang dapat dari produsen langsung, agen atau pedagang besar, atau pedagang perantara lainnya yang kemudian menjualnya kembali kepada konsumen akhir (Riadi, 2017). Pedagang pengecer memiliki peran sangat penting dalam pendistribusian atau pemasaran beras di Merauke. Pedagang pengecer di pasar Wamanggu berdasarkan hasil survei sebagian besar menjual beras lokal dalam bentuk curah dan beras bermerk yang di import dari luar daerah Merauke oleh agen beras. Beras di Pasar Wamanggu di jual dengan beberapa varian harga. Penetapan harga yang diberikan oleh pedagang pengecer ditentukan berdasarkan kualitas fisik beras itu sendiri dan harga beli di tingkat pedagang pengepul atau agen beras.

Teori empiris menyatakan bahwa pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan hasil kombinasi pengetahuan konsumen dari beberapa alternatif faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan suatu produk (Kotler, 2015). Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian beras jika di tinjau dari kualitas fisik beras, jenis beras dengan kualitas kw 1 warnanya tidak seterang kualitas murni, masih banyak rendemen gabah, dan bentuk beras yang bulat. (Puadah *et al.*, 2022). Kondisi tersebut juga terjadi di salah satu sentra penjualan beras lokal dan beras import di Merauke yaitu di Pasar Wamanggu. Beras yang dijual dipasar Wamanggu menyediakan berbagai jenis beras dengan kualitas dan harga yang berbeda-beda. Hasil servei lapangan, harga beras yang dijual di Pasar Wamanggu dari harga kisaran Rp. 10.000 sampai Rp. 15.000 per kg.

Berdasarkan data dan informasi empiris maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Beras di sekitar Pasar Wamanggu”. Berdasarkan hal tersebut terdapat 2 tujuan penelitian yang dikaji dalam penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu, dan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Wamanggu yang terletak di Jalan Paulus Nafi, Distrik Merauke, Kabupaten Merauke, Provinsi Papua Selatan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pemikiran bahwa Pasar Wamanggu merupakan salah satu tempat usaha atau tempat perdagangan berbagai kebutuhan pokok Masyarakat yang ada di Distrik Merauke, salah satunya adalah beras. Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2023.

2.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian yaitu seluruh konsumen rumah tangga yang membeli beras di sekitar pasar Wamanggu Distrik Merauke sebanyak 22.496 kepala keluarga dengan jumlah jiwa sebanyak 120.839 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian menggunakan teknik *Probability Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebagai sumber data primer diperoleh dengan menggunakan rumus perhitungan slovin. Jumlah sampel penelitian yang digunakan berjumlah 44 responden konsumen beras yang melakukan pembelian besar di pasar Wamanggu. Kreteria responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian berulang di Pasar Wamanggu dalam waktu 1 bulan terakhir, dengan jumlah pembelian minimal 5 Kg dalam satu kali pembelian.

2.3. Jenis Data Penelitian

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. jenis data primer penelitian dalam bentuk data kuantitatif yang langsung diperoleh peneliti dari jawaban responden dalam bentuk data kuantitatif melalui kuesioner dan wawancara/pertemuan dengan para responden terkait keputusan pembelian beras berdasarkan indikator dari pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi penjualan secara kuantitatif terhadap keputusan pembelian konsumen beras. Sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari berbagai sumber yang relevan dengan tujuan penelitian. Beberapa sumber data sekunder yang digunakan yaitu jurnal nasional, Badan Pusat Statistik Kabupaten Merauke, Portal Resmi Pemerintah Daerah Distrik Merauke, serta sumber literatur lain yang relevan untuk menjawab penelitian.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan (*observation*) di lapangan tentang aktivitas masyarakat dalam pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu dan mengetahui proses jual beli di sekitar Pasar Wamanggu.

2. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terstruktur. Teknik pendalaman data dan informasi dilakukan dengan wawancara mendalam dengan responden dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan terstruktur yang mempengaruhi keputusan pembelian pada variabel penelitian yang di kaji yaitu variabel kualitas produk, lokasi penjualan dan variabel harga.

3. Kuesioner

Kuisisioner berisi daftar pertanyaan tertutup berdasarkan variabel pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu. Instrument yang digunakan dalam penelitian di uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kesesuaian instrument untuk dapat menjawab tujuan penelitian. Dalam pengambilan data pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala likert 1-5 yang masing-masing mewakili pendapat dari setiap responden. Skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

2.5. Teknik Analisis Data

Data primer penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis statistic yaitu analisis linier berganda. Data penelitian yang dianalisis di uji statistic dengan uji R^2 , Uji F, dan Uji t. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 2.10 dengan tingkat signifikansi 95%.

Rumus Regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad (1)$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian beras di Pasar Wamanggi

α = Konstanta

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

X3 = Lokasi penjualan

e = Error

A. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variasi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

$$R^2 = \left\{ \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \right\}^2 \quad (2)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

N = Jumlah sampel

$\sum X$ = Jumlah variabel bebas X

$\sum Y$ = Jumlah variabel terikat Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali variabel X dengan variabel Y

B. Uji Serempak (Uji F)

Uji F digunakan untuk menganalisis nyata atau tidak nyata pengaruh variabel-variabel bebas pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), dan lokasi penjualan (X3) secara serempak terhadap variabel terikat keputusan pembelian beras (Y). Secara matematis, nilai uji- F bisa dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hit} = \frac{b1 \cdot JK_{XY}}{\frac{JK_{YY} \cdot b1 \cdot JK_{XX}}{(n-2)}} \quad (3)$$

Keterangan :

F_{hit} = Uji Serempak

b1 = Koefisien Regresi

JK_{XY} = Jumlah kuadrat variabel bebas X dngan variabel terikat Y

JK_{YY} = Jumlah kuadrat variabel terikat Y

Jika nilai $F_{hitung} >$ nilai F_{tabel} atau nilai signifikan $\leq \alpha$ maka hipotesis alternatif (H_1) diterima dan Jika nilai $F_{hitung} <$ nilai F_{tabel} atau nilai signifikan $\geq \alpha$ maka hipotesis alternatif (H_1) tidak bisa diterima.

C. Uji Parsial (Uji t)

Uji- t digunakan untuk menganalisis nyata atau tidak nyata pengaruh variabel - variabel bebas pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), dan lokasi penjualan (X3) secara parsial terhadap variabel terikat keputusan pembelian beras (Y). Secara matematis, nilai Uji- t dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_h = \frac{b1}{s / \sqrt{JK_{XX}}} \quad (4)$$

Keterangan :

t_h = Uji parsial

b_1 = Koefisien regresi

s = Standar

JK_{XX} = Jumlah kuadrat variabel bebas

Jika nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< \alpha$ maka hipotesis alternatif (H_1) diterima dan jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> \alpha$ maka hipotesis alternatif (H_1) tidak bisa diterima,

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi mengukur kapasitas model untuk memahami perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi harga merupakan nilai komitmen faktor bebas terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji koefisien determinasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846	.834	.169

Sumber : Data Primer yang telah diolah SPSS Versi 29, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil dari uji determinasi nilai R square sebesar 0.846. artinya bahwa variasi pembelian beras di pasar Wamanggu dipengaruhi faktor harga, kualitas produk, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian besar sebesar 84,6%, sedangkan 15,4% keputusan pembelian beras dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian seperti tingkat preferensi konsumen terhadap beras (Erwan *et al.*, 2021; Untari & Herdjono, 2020), kemasan (Verdiyanto *et al.*, 2023), promosi (Permatasari *et al.*, 2022) dan juga faktor sosial (Arifah *et al.*, 2024; Mahendra & Mamilianti, 2020b). Hasil analisis tersebut juga menunjukkan bawa fenomena perilaku konsumen beras yang melakukan pembelian beras di Pasar Wamanggu masih dipengaruhi oleh tingkat harga beras yang ditetapkan oleh pedagang, kualitas beras, dan lokasi penjualan beras yang strategis karena Pasar Wamanggu juga menjual bahan kebutuhan rumah tangga lainnya, sehingga melakukan pembelian beras di Pasar Wamanggu selain membeli beras dapat juga melakukan pembelian kebutuhan rumah tangga lainnya untuk menghemat waktu belanja.

B. Uji Serempak (Uji F)

Uji serempak (Uji F) yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi kontribusi antara variabel bebas secara keseluruhan dan variabel terikat. Hasil analisis uji simultan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Simultan (F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.679	3	5.226	10.832	.000 ^b
	Residual	19.299	40	.482		
	Total	34.977	43			

Sumber : Data Primer yang telah diolah SPSS Versi 29, 2023.

Tabel 2 diketahui bahwa F hitung sebesar 10,832 sedangkan F tabel pada tingkat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5% diperoleh 2.838. Oleh karena itu F hitung $10.832 > F \text{ tabel } 2.838$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan di Kabupaten Luwu bahwa keputusan pembelian beras berpengaruh signifikan terhadap pengaruh pembelian beras pada variabel harga dan kualitas beras (Hasbi *et al.*, 2021).

C. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Dalam penelitian, uji parsial digunakan untuk melihat seberapa jauh harga, kualitas produk dan lokasi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu. Hasil uji parsial (uji t) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.096	3.615		6.113	.000
Harga	.396	.277	.170	1.429	.161
Kualitas Produk	.303	.073	.487	4.127	.000
Lokasi penjualan	.256	.075	.408	3.424	.001

Sumber: Data Primer yang telah diolah SPSS Versi 29, 2023

Berdasarkan analisis, maka persamaan dari hubungan pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = (22.096) + 0,396X_1 + 0,303X_2 + 0,256X_3 + 3.615$$

1. Harga

Nilai uji parsial variabel harga diperoleh nilai t-hitung $1.429 < t\text{-tabel } 2.022$ dan $\text{sig } 0.161 > 0,05$. Pada tingkat kepercayaan 95% dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya secara parsial variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu karena nilai signifikan faktor harga $> 0,05$. Namun berdasarkan nilai koefisien regresi nilainya positif sebesar 0.396. Artinya bahwa jika terdapat perubahan harga sebesar 1% maka akan menurunkan keputusan pembelian beras. Keputusan pembelian beras yang tidak berpengaruh signifikan dapat disebabkan karena konsumen berpendapat bahwa harga yang diberikan sebanding dengan jenis atau kualitas yang diperoleh konsumen pada saat melakukan pembelian beras (Mahendra & Mamilianti, 2020b). Namun hasil penelitian di Jember menunjukkan hal yang berbeda bahwa faktor harga mempengaruhi signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian beras (Aji & Widodo, 2010; Verdiyanto *et al.*, 2023). Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan, beberapa konsumen menjelaskan bahwa konsumen tidak terlalu memperhatikan harga ketika memutuskan untuk membeli beras di sekitar Pasar Wamanggu. Jenis beras yang di jual di pasar Wamanggu yaitu beras lokal beras dolog, beras Inpari, Inpara, beras Thailand, beras Mambramo, dan juga beras import kemasan premium yaitu Putri Thailand dan jenis beras lainnya. Konsumen akan membeli beras dengan harga beras yang tinggi atau rendah di pasaran jika diikuti dengan kualitas produk. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa harga dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras jika harga beras yang dijual memiliki daya saing dengan produk sejenis. Seperti hasil penelitian yang di lakukan oleh Prasetyo pada pembelian beras organik, bahwa salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian yang signifikan yaitu harga beras yang berlaku di pasar (Kamila *et al.*, 2019). Perbedaan harga antara pedagang yang menjual produk yang sama dapat mempengaruhi pembelian beras (Verdiyanto *et al.*, 2023). penetapan harga jual beras ditingkat pedagang tidak terlepas dari nilai beli ditingkat petani. harga jual beras di tingkat petani ke pedagang sangat dipengaruhi oleh besarnya biaya produksi yang digunakan untuk pembelian faktor produksi padi (Mubarak *et al.*, 2025; Nooyo & Nasrul, 2022)

2. Kualitas Produk

Nilai uji parsial pada Tabel 1, menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) terhadap Keputusan pembelian beras (Y) diperoleh nilai t-hitung $4.127 > t\text{-tabel } 2.022$ dan $\text{sig. } 0.000 < \text{dari } 0.05$. Pada Tingkat kepercayaan 95% dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara parsial variable kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu karena nilai signifikan faktor kualitas produk < 0.05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.303/. artinya bahwa setiap perubahan kualitas produk sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan pembelian beras sebesar 30,3%. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian yang dilaksanakan di wilayah lain di Indonesia (Hasbi *et al.*, 2021; Hasmin *et al.*, 2024; Verdiyanto *et al.*, 2023). Kualitas beras mempengaruhi keputusan pembelian beras dapat disebabkan karena kualitas merk dan keterkenalan di masyarakat untuk setiap jenis beras yang beredar di masyarakat (Hasmin *et al.*, 2024). Muslim (2022) juga menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus. Berdasarkan hasil pengamatan di lokasi penelitian bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen beras di Pasar Wamanggu Kabupaten Merauke. Kualitas beras yang dijual di Pasar Wamanggu terdapat beberapa grade. Harga dapat ditentukan dari jenis beras dan kualitas beras berdasarkan kondisi beras patah. Berdasarkan survey lapangan di lokasi penelitian beberapa

varietas beras yang dijual yaitu beras Inpari, Inpara, Mambramo, Ciliwung, Beras IR36, Pandan Wangi, dan beras Bulog.

3. Lokasi Penjualan

Hasil uji parsial pada variabel lokasi penjualan diperoleh nilai t -hitung $3.424 > t$ -tabel 2.022 dan $\text{sig } 0.001 < \text{dari } 0,05$. Pada tingkat kepercayaan 95% dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara parsial variabel lokasi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu karena nilai signifikan faktor lokasi penjualan $< 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.256 . Artinya bahwa setiap perubahan lokasi penjualan sebesar 1% maka akan meningkatkan keputusan pembelian beras sebesar $25,6\%$. Beberapa parameter lokasi penjualan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian beras yaitu jarak dari rumah konsumen, tersedianya transportasi, tempat membeli, dan ketersediaan dana (Aji & Widodo, 2010). Lokasi penjualan harus dipertimbangkan oleh pedagang dalam menyebarkan atau pendistribusikan barang jualan untuk mudah diakses konsumen dalam melakukan keputusan pembelian berdasarkan lokasi penjualan (Hasbi *et al.*, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Muslim, 2022) yang menyatakan bahwa faktor lokasi mempengaruhi pilihan pembelian beras lokal pelanggan Muslim di Toko Agung Lestari Kota Temulus. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, lokasi penjualan juga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian beras. Konsumen menjelaskan, lokasi penjualan beras disekitar Pasar Wamanggu mudah dijangkau dan strategis tetapi kurang nyaman dikarenakan lahan parkir yang kurang memadai sehingga konsumen menggunakan badan jalan untuk memarkir kendaraan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen beras akan memperhatikan keberadaan lokasi penjualan karena beras merupakan kebutuhan pokok dan kualitas beras atau kebutuhan sebagai sumber karbohidrat akan dipenuhi dengan berbagai jenis beras sehingga konsumen lebih mudah menjangkau tempat penjualan beras karena tempat penjualan beras di sekitar Pasar Wamanggu rata-rata menjual beras di pinggir jalan. Hal ini berarti bahwa keputusan konsumen dalam pembelian beras disekitar Pasar Wamanggu dipengaruhi oleh faktor lokasi penjualan yang tinggi.

4. KESIMPULAN

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien determinan (R^2) dalam keputusan pembelian beras sebesar 0.846 yang artinya bahwa model yang ditunjukkan dari variasi variabel yaitu faktor harga (X_1), faktor kualitas produk (X_2) dan faktor lokasi penjualan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras Pasar Wamanggu $84,6\%$. Sedangkan hasil uji F menyimpulkan bahwa nilai $F_{\text{hit}} > F_{\text{tabel}}$. Secara parsial (uji T) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu adalah faktor kualitas produk (X_2) dengan besar pengaruh sebesar 0.303 atau setara dengan $30,3\%$, faktor lokasi penjualan (X_3) sebesar 0.256 atau setara dengan $25,6\%$. Sementara itu, faktor harga (X_1) tidak mempengaruhi terhadap Keputusan pembelian beras di sekitar Pasar Wamanggu sebesar 0.396 . Hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian beras di Pasar Wamanggu yaitu variabel kualitas beras, selanjutnya lokasi penjualan beras.

Berdasarkan simpulan penelitian, maka di sarankan untuk dilakukan variasi harga penjualan beras di Pasar Wamanggu agar dapat meningkatkan keputusan pembelian beras dan dilakukan kajian dengan lebih mengamati variabel-variabel lain yang belum ada dalam model yang diamati dalam penelitian agar dapat menyediakan informasi akademik faktor-faktor lain yang berpengaruh meningkatkan pembelian beras oleh konsumen dan dapat dijadikan sebagai data pengembangan variasi padi di Merauke.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, J. M. M., & Widodo, A. (2010). Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerk Di Kabupaten Jember Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *J-SEP*, 4(3).
- Arifah M, R., Setyowati, S., & Tri Sundari, M. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(1), 154. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.01.12>
- BPS Kabupaten Merauke. (2024). *Merauke Regency in Figures* (p. 68). BPS Merauke Regency. <https://meraukekab.bps.go.id>
- Erwan, E., Untari, U., & Widyantari, I. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berlabel. *Musamus Journal of A*, (Query date: 2022-09-09 10:38:42). <http://www.ejournal.unmus.ac.id/index.php/agri/article/view/3766>

- Harahap, S., & Suprehatin, S. (2025). Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Beras Putih Berlabel. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisni*, 9(2), 768–779.
- Hasan, I., Rosida, I., & Nurliani, N. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berdasarkan Kualitas Beras Medium Dan Premium Pada Pasar Tradisional Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 231–236. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1519>
- Hasbi, A. R., Padapi, A., & Dewi, S. R. (2021). Analisis Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Beras Di Kabupaten Luwu. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 6(1), 26. <https://doi.org/10.35329/agrovital.v6i1.2001>
- Hasmin, A. H., Salam, S., & Azuz, F. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Premium Pabrik Beras Tujuh Lima Di Kecamatan Maritengae Kabupaten Sidrap. *PALLANGGA: Journal of Agriculture Science and Research*, 2(2), 95–104. <https://doi.org/10.56326/pallangga.v2i2.2913>
- Kamila, F., Prasetyo, E., & Roessali, W. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Salatiga. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 10–18. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v3i1.2980>
- Mahendra, M., & Mamilianti, W. (2020a). Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7150>
- Mahendra, M., & Mamilianti, W. (2020b). Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7150>
- Mubarak, R. S., Heryadi, D. Y., Hidayati, R., & Sundari, R. S. (2025). Comparison of organic rice crops income before and after fuel price increase. *AGRICOLA*, 15(2), 167–175. <https://doi.org/10.35724/ag.v15i2.6979>
- Nooyo, I., & Nasrul, M. (2022). Analisis Usahatani Padi Sawah (*Oryza sativa*. L) Sistem Tanam Benih Langsung (TABELA). *AGRICOLA*, 12(1), 15–21. <https://doi.org/10.35724/ag.v12i1.4435>
- Novita, M. D., Soesanto, & Putra, F. (2025). Pengaruh Pendapatan, Pemasaran, Dan Modal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium: Studi Kasus Di Mojokerto. *Inovasi Pembangunan-Jurnal Kelitbangan*, 13(1), 1–10.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Puadah, S., Rahwana, K., & Barlian, B. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Toko Beras CV Wirabuana Tasikmalaya). *ULIL ALBAB*, 1.
- Riadi, M. (2017). *Pengertian, Fungsi dan Jenis Penjualan Eceran (Ritel)*. <https://www.kajianpustaka.com/2017/10/pengertian-fungsi-dan-jenis-penjualan-eceran-ritel.html>
- Suranto, G. (2016). *InfoPublik - Kepala BPPT: Konsumsi Beras Per Kapita Indonesia Tertinggi di Dunia*. <https://infopublik.id/read/164632/kepala-bppt--konsumsi-beras-per-kapita-indonesia-tertinggi-di-dunia.html>
- Untari, & Herdjiono, M. V. I. (2020). Land Owning Patterns on Rice Farming: Increasing Production and Efficiency. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 16(2), 118–115. <https://doi.org/10.31849/jip.v16i2.3731>
- Verdiyanto, V., Fatimah, F., & Hermawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Beras Rantau Di UD. Putra Sultan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, 20(2), 457–465. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2628>