

The Influence Of Reference Group And Lifestyle On Consumer Attitudes And Decisions To Buy Red Rice In Medan City

Pengaruh Kelompok Acuan Dan Gaya Hidup Terhadap Sikap Dan Keputusan Konsumen Membeli Beras Merah Di Kota Medan

Nana Trisna Mei Br Kabeakan dan Yudha Andriansyah Putra
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email: nanatrisna@umsu.ac.id

Abstract

Red rice has long been known to be beneficial to health as well as staple food, but red rice is generally less popular as a staple food, red rice is also limited in the market and the price is relatively higher compared to white rice. Consumers' decision to consume red rice does not just happen, given that most Indonesians are used to consuming white rice. There are several factors that influence consumer decisions before making a decision to purchase red rice. This study aims to determine and analyze the influence of reference group and lifestyle on the attitudes and decisions of consumers to buy red rice in the city of Medan. The number of samples in this study were 100 people using purposive sampling technique. The data were analyzed by using path analysis. The result of the research showed the reference group did not have a positive and significant effect on the attitudes of consumers to buy red rice in the city of Medan, the reference group did not have a positive and significant effect on consumers' decision to buy red rice in Medan, the reference group indirectly had no positive influence on consumers' decision to buy red rice in Medan through attitude as an intervening variable, lifestyle had a positive and significant effect on the attitudes of consumers to buy red rice in the city of Medan, lifestyle had a positive and significant effect on consumers' decision to buy red rice in the city of Medan, lifestyle indirectly had a positive and significant influence on consumers' decision to buy red rice in the city of Medan through attitude as an intervening variable and attitude had a positive and significant effect on the decision of consumers to buy red rice in the city of Medan.

Keywords: *Reference Group, Lifestyle, Attitude, Consumer;s Decision*

Abstrak

Beras merah sudah lama diketahui bermanfaat bagi kesehatan selain sebagai pangan pokok, akan tetapi padi beras merah yang umumnya adalah padi gogo kurang populer sebagai makanan pokok masyarakat, beras merah juga terbatas di pasaran dan harganya relatif lebih tinggi dibandingkan dengan beras putih. Keputusan konsumen mengkonsumsi beras merah tidak terjadi begitu saja, mengingat bahwa sebagian besar penduduk Indonesia terbiasa mengkonsumsi beras putih. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen sebelum membuat suatu keputusan pembelian beras merah. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok acuan dan gaya hidup terhadap sikap dan keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok acuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan, kelompok acuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan, kelompok acuan secara tidak langsung tidak berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan melalui sikap sebagai variabel intervening, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan, gaya hidup secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan melalui sikap sebagai variabel intervening dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan.

Kata Kunci: *Kelompok Acuan, Gaya Hidup, Sikap, Keputusan Konsumen, Beras Merah*

A. PENDAHULUAN

Beras merupakan bahan makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia yang diolah menjadi nasi, sehingga ada istilah yang berkembang bahwa belum makan kalau belum makan nasi. Sebagai bahan makanan pokok membuat masyarakat Indonesia cenderung lebih memilih mengkonsumsi beras daripada sumber karbohidrat lainnya seperti jagung, singkong dan gandum. Kebiasaan konsumsi beras di Indonesia cenderung mengikuti pertumbuhan penduduk, hal ini berdasarkan informasi yang diperoleh dari kementerian pertanian bahwa trend yang selalu terjadi tingkat konsumsi beras mengikuti jumlah penduduk setiap tahun.

Berdasarkan warna beras, di Indonesia dikenal beberapa jenis beras yaitu beras putih, beras merah, beras ketan dan beras hitam. Jenis beras yang dikonsumsi penduduk Indonesia pada umumnya adalah beras putih, tetapi seiring dengan semakin adanya kesadaran akan pentingnya kesehatan dimana mengkonsumsi beras putih lebih beresiko terkena penyakit membuat masyarakat berminat beralih dari beras putih ke beras merah.

Beras merah termasuk dalam kelompok beras pecah kulit dikarenakan gabah dari tanaman padi hanya diberi perlakuan pengupasan pada bagian kulit luar (hull), tetapi tidak dilakukan proses selanjutnya yaitu penyosohan dan penggilingan. Tanpa pengolahan selanjutnya berakibat pada warna beras yang kemerahan karena masih memiliki lapisan bran (Santika dan Rozakurniati, 2010)

Berdasarkan penelitian Nuryani (2013) mensubstitusi beras putih dengan beras merah sebagai makanan pokok kemungkinan akan memberikan efek perlindungan terhadap diabetes mellitus (DM). Beras merah memiliki lapisan membran terluar dengan endosperm berpati, dan tetap mempertahankan kandungan serat, protein, asam lemak esensial dan berbagai vitamin, zat besi, magnesium, dan polifenol sehingga hal ini kemungkinan beras merah memiliki efek protektif terhadap kejadian DM tipe 2.

Indrasari dan Adnyana (2007) menyatakan dalam penelitiannya bahwa responden di provinsi Sumatera Utara, Jawa Barat, Jawa Tengah, Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat responden di desa umumnya lebih menyukai rasa nasi beras merah dibanding responden kota. Responden di Sumut, Bali, dan NTB yang terbiasa mengonsumsi beras merah memiliki pengetahuan tentang beras merah lebih baik dibanding provinsi lainnya. Suardi (2005) menyatakan bahwa Beras merah sejak lama diketahui memiliki manfaat bagi kesehatan, selain sebagai pangan pokok. Namun padi beras merah yang umumnya adalah padi gogo kurang

populer sebagai makanan pokok masyarakat, beras merah juga terbatas di pasaran dan harganya relatif lebih tinggi dibandingkan dengan beras putih.

Keputusan konsumen mengkonsumsi beras merah tidak terjadi begitu saja, mengingat bahwa sebagian besar penduduk Indonesia terbiasa mengkonsumsi beras putih. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen sebelum membuat suatu keputusan. Yulianti *et al.* (2012) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kelompok acuan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.

Sebagai makhluk sosial konsumen tidak bisa lepas dari orang lain termasuk pada saat pengambilan keputusan, mereka selalu saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain di dalam kehidupannya, hal ini sesuai dengan pernyataan Morissan (2010) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, yang terdiri dari kelompok acuan/ referensi, keluarga serta peran dan status sosial. Dalam kehidupannya, seorang konsumen memiliki kebutuhan yang diperuntukkan bagi kepentingan pribadinya. Konsumen membutuhkan bahan pangan yang sesuai dengan keadaan dan karakteristik pribadinya. Karakteristik pribadi konsumen dapat dilihat dari gaya hidup, pendapatan, umur dan karakter lain yang dimilikinya sehingga faktor kepribadian juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku (Setiadi, 2008)

Sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan pembelian produk perlu diperhatikan ada tidaknya peran orang lain dalam keputusan pembelian tersebut. Potensi konsumen untuk dipengaruhi sangat besar oleh berbagai tipe orang maupun kelompok yang melakukan kontak dengan mereka atau yang mereka amati. Hal ini disebabkan karena menurut Kotler dan Armstrong (2008) kelompok referensi (acuan) bertindak sebagai titik perbandingan perbandingan secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi (acuan) mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

Kelompok acuan juga dapat mendorong timbulnya trend baru dalam

masyarakat melalui pemberian informasi dan pengalaman. Seperti saat ini trend hidup sehat merupakan trend yang sedang berkembang, salah satu upaya yang mendukung trend hidup sehat adalah dengan mengkonsumsi beras merah yang memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan tubuh. Pemilihan makanan atau yang dikonsumsi menunjukkan gaya hidup seseorang. Gaya hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain (Sugihartati, 2010). Gaya hidup merupakan *frame of reference* yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu.

Informasi yang diperoleh oleh konsumen terkait dengan beras merah dapat mempengaruhi sikap mereka. Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa sikap adalah suatu mental sehubungan dengan kesiapan konsumen untuk menanggapi apa yang mereka sukai dan yang tidak disukai. Sikap positif konsumen terhadap suatu objek akan mendorong konsumen untuk memilih objek tersebut begitu juga sebaliknya sikap negatif konsumen membuat konsumen cenderung untuk tidak memilih suatu objek.

Penelitian ini melihat dari sudut pandang konsumen beras merah. Dari konsumen diharapkan didapat suatu cara dengan memperhatikan dari sisi preferensi konsumen dalam mengkonsumsi beras merah yang dapat berdampak positif terhadap penjualan beras merah. Informasi yang diperoleh konsumen mengenai pentingnya mengkonsumsi beras merah menunjukkan bahwa seorang konsumen membuat keputusan membeli beras dapat dipengaruhi oleh kelompok acuan, gaya hidup dan sikap konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Pengaruh Kelompok Acuan dan Gaya hidup Terhadap Sikap dan Keputusan Konsumen membeli Beras Merah di Kota Medan".

B. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah *explanatory research*. Hermawan (2009) menyatakan bahwa *explanatory research* adalah mengukur bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dengan mengontrol variabel lainnya. Berkaitan dengan untuk mengetahui bagaimana kedudukan suatu variabel dapat dilakukan dengan uji hipotesa.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Modern kota Medan, lokasi penelitian ditentukan secara sengaja. Daerah penelitian ditetapkan di Kota Medan yang ditentukan secara sengaja yaitu di pasar modern yang menjual beras merah. Pasar modern yang ditetapkan adalah Maju Bersama Cabang Yos Sudarso, Marendal dan Denai dan penelitian ini dimulai dari Januari 2019 sampai Juni 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli beras merah di pasar modern di kota Medan. Sampel/Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka jumlah sampel/responden ditentukan sebagai berikut (Cooper, 2006):

$$n = \frac{pq}{\sigma p^2}$$

Keterangan

n = ukuran sampel

pq = ukuran penyebaran sampel, karena populasi tidak diketahui maka p dan q masing masing diasumsikan 0,5

σp = kesalahan proporsi standar = 0,051 = (0,1/1,96)

Hasil perhitungan

$$n = \frac{0,5 \times 0,5}{0,051^2} = 96,12 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jenis Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari responden dengan menyebarkan daftar pertanyaan dan pernyataan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, jurnal, internet dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Sinulingga (2013) menyatakan bahwa analisis jalur ialah teknik analisis hubungan sebab akibat dimana variabel-variabel bebas mempengaruhi variabel terikat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Persamaan model matematika dari model jalur tersebut adalah sebagai berikut:

a. Persamaan Struktural 1

$$Y_1 = p_1X_1 + p_2X_2 + e_1 \quad e_1, e_2 \quad = \text{error term}$$

b. Persamaan Struktural 2

$$Y_2 = p_3X_1 + p_4X_2 + p_5Y_1 + e_2$$

Keterangan:

Y₁ = Sikap Konsumen
 Y₂ = Keputusan membeli
 p₁, p₂, p₃, p₄, p₅ = Koefisien Regresi
 X₁ = Kelompok Acuan
 X₂ = Gaya Hidup

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan lama mengkonsumsi beras merah. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	(%)
1	Laki-Laki	98	98
2	Perempuan	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (Data Diolah)

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang atau 2% dan responden perempuan sebanyak 98 orang atau 98%. Berdasarkan jenis kelamin konsumen beras merah didominasi oleh

perempuan, hal ini disebabkan karena yang biasa berbelanja kebutuhan rumah tangga adalah perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	(%)
1	Pegawai Swasta	21	21
2	Wiraswasta	20	20
3	Belum Bekerja/Mahasiswa	7	7
4	Pegawai Negeri Sipil	20	20
5	Ibu Rumah Tangga	32	32
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (Data Diolah)

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 21 orang atau 21%, responden sebagai wiraswasta sebanyak 20 orang atau 20%, responden belum bekerja/mahasiswa sebanyak 7 orang atau 7%, responden sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 20 orang atau 20% dan

responden sebagai ibu rumah tangga sebanyak 32 orang atau 32%. Berdasarkan pekerjaan konsumen beras merah didominasi oleh responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga.

Karakteristik responden berdasarkan usia terdapat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	(%)
1	<20 tahun	14	14
2	20-30 tahun	27	27
3	31-40 tahun	32	32
4	>40 tahun	27	27
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (Data Diolah)

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden pada usia di bawah 20 tahun sebanyak 14 orang atau 14%, responden pada usia 20-30 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, responden pada usia 31-40 tahun sebanyak 32 orang atau 32% dan responden pada usia >40 tahun sebanyak 27 orang atau 27%. Berdasarkan

usia, konsumen beras merah didominasi oleh responden yang berada pada usia 31-40 tahun.

Koefisien Determinasi Persamaan Struktural 1

Untuk melihat pengaruh pada persamaan struktural 1 yaitu pengaruh kelompok acuan dan gaya hidup terhadap sikap

The Influence of Entrepreneurial Characteristics of Arabica Coffee

konsumen membeli beras merah di kota Medan secara serempak maka dapat dilihat dari

besarnya koefisien determinasi pada Tabel 4 model summary persamaan struktural 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,526 ^a	,277	,262	1,75454

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kelompok_Acuan

b. Dependent Variable: Sikap

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,262 atau 26,2% artinya pengaruh kelompok acuan dan gaya hidup terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan sebesar 26,2% sedangkan sisanya 73,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Koefisien Determinasi Persamaan Struktural 2

Untuk melihat pengaruh pada persamaan struktural 2 yaitu pengaruh kelompok acuan, gaya hidup dan sikap terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan secara serempak maka dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi pada Tabel 5 model summary persamaan struktural 2.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,766 ^a	,587	,574	1,36740

a. Predictors: (Constant), Sikap, Kelompok_Acuan, Gaya_Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,574 atau 57,4% artinya pengaruh kelompok acuan, gaya hidup dan

sikap terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan sebesar 57,4% sedangkan sisanya 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil Uji Koefisien Jalur Struktural 1

Tabel 6 Hasil Uji t Persamaan Struktural 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,123	1,419		7,132	,000
1 Kelompok_Acuan	-,063	,084	-,066	-,754	,453
Gaya_Hidup	,408	,067	,536	6,077	,000

a. Dependent Variable: Sikap

Berdasarkan hasil Tabel 6 maka rumus persamaan struktural 1 pengaruh kelompok acuan dan gaya hidup terhadap sikap

konsumen membeli beras merah di kota Medan adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = -0,066 \text{ Kelompok Acuan} + 0,536 \text{ Gaya Hidup} + e_1$$

Hasil Uji Koefisien Jalur Struktural 2

Tabel 7 Hasil Uji t Persamaan Struktural 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,437	1,366		1,052	,295
Kelompok Acuan	-,041	,066	-,042	-,626	,533
Gaya_Hidup	,248	,061	,318	4,037	,000
Sikap	,570	,079	,555	7,197	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

Berdasarkan Tabel 7 maka rumus persamaan struktural 2 pengaruh kelompok acuan, gaya hidup dan sikap terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan adalah sebagai berikut:

$$Y_2 = -0,042 \text{ Kelompok Acuan} + 0,318 \text{ Gaya Hidup} + 0,555 \text{ Sikap} + e_2$$

Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dan t tabel dengan nilai signifikansi lebih kecil 0,05. Hipotesis dalam penelitian ini berjumlah tujuh dan dijawab dengan menggunakan analisis jalur. Hasil hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis menyatakan bahwa *kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan*. Hasil penelitian menunjukkan nilai *p* adalah -0,066. Nilai signifikansi (0,453) lebih besar dari 0,05, berarti hipotesis ditolak. Suryani (2008) menyatakan bahwa diantara yang mempengaruhi sikap seseorang adalah pengaruh keluarga dan pengaruh teman sebaya, akan tetapi pada penelitian ini kelompok acuan tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen. Penyebabnya dapat dikarenakan memilih makanan yang akan dikonsumsi adalah sesuai dengan selera masing-masing orang. Karakteristik konsumen dalam penelitian ini didominasi oleh konsumen yang berusia 31-40 tahun dimana dari segi usia dapat dikatakan sudah berada di usia dewasa yang dapat menentukan sikap terhadap apa yang ingin dikonsumsi sehingga kelompok acuan tidak berpengaruh positif terhadap sikap konsumen membeli beras merah. Yuliati (2012) menyatakan bahwa kelompok acuan berhubungan nyata dengan usia konsumen. Menurut Papalia dan Olds dalam Yuliati (2012) seorang dewasa awal yang masih melajang sangat bergantung dengan pertemanan untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka dibandingkan yang sudah menikah.

2. Hipotesis menyatakan bahwa *Kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan*. Hasil penelitian menunjukkan nilai *p* adalah -0,041. Nilai signifikansi (0,453) lebih besar dari 0,05, yang artinya hipotesis ditolak. Limakrisna dan Supranto (2011) menyatakan bahwa konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, dimana faktor eksternal meliputi budaya, sub budaya, status sosial, demografi, keluarga dan kelompok rujukan. Dalam penelitian ini kelompok acuan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Beras merah merupakan termasuk makanan pokok. Menurut Kotler dan Amstoring (2008) istri sejak dulu merupakan *agen pembelian utama* bagi keluarga khususnya produk makanan, produk rumah tangga, dan pakaian anak. Dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 32%. Sehingga dalam hal keputusan pembelian beras merah tidak dipengaruhi oleh kelompok acuan artinya ada inisiatif pribadi untuk membeli beras merah.

3. Hipotesis menyatakan bahwa *Kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan melalui sikap sebagai variabel intervening*. Hasil penelitian menunjukkan nilai *p* sebesar 0,366. Berdasarkan perhitungan uji sobel diperoleh Nilai signifikansi (0,532) lebih besar dari 0,05, berarti hipotesis ditolak. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung kelompok acuan terhadap keputusan membeli beras merah di kota Medan lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Dapat dikatakan bahwa pengaruh yang terjadi sebenarnya adalah pengaruh langsung kelompok acuan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah. Suryani (2008) menyatakan bahwa suatu kelompok mempunyai pengaruh kuat

apabila dapat memberikan informasi atau membuat individu menyadari mengenai suatu produk atau merek juga mampu membuat individu didalam kelompok mengadopsi atau menyesuaikan sikap yang dikembangkan oleh kelompok tersebut. Secara teori sikap dapat menghubungkan pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan membeli, tetapi dalam penelitian ini sikap sebagai variabel intervening tidak mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan membeli beras merah dan secara langsung pun kelompok acuan tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen.

4. Hipotesis menyatakan bahwa *gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan*. Hasil penelitian menunjukkan nilai p sebesar 0,408. Nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, berarti hipotesis diterima. Seiring berjalannya era globalisasi seperti mudahnya memperoleh jasa dan informasi menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Pola pergerakan tersebut akan mempengaruhi kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi makanan menuju ke arah yang lebih baik dan praktis. Menurut Setiadi (2015) menyatakan gaya hidup adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang penting dalam lingkungan (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat). Dalam penelitian ini ketertarikan responden untuk hidup sehat membuat mereka memiliki sikap yang positif terhadap beras merah. Beras merah identik dengan kesehatan sehingga manfaat dari beras merah tersebut membuat responden tertarik untuk membeli beras merah. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 31-40 tahun dimana di usia ini seseorang sudah semakin memikirkan tentang kesehatan.
5. Hipotesis menyatakan bahwa *gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan*. Hasil penelitian menunjukkan nilai p sebesar 0,248. Nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, berarti hipotesis diterima. Dalam kehidupannya, setiap manusia mempunyai kebutuhan terkait dengan kepentingan pribadi. Kehidupan pribadi tersebut merupakan kebutuhan yang utuh dan memiliki ciri yang khusus dan unik dan

menjadi gaya hidup bagi orang tersebut. Mengonsumsi beras merah diyakini dapat memberikan dampak baik bagi kesehatan seseorang dimana dalam kehidupan sehari-hari seseorang dengan mudah saja mencari tahu manfaat dari beras merah di waktu luang mereka sehingga berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli beras merah.

6. Hipotesis menyatakan bahwa *gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan melalui sikap sebagai variabel intervening*. Hasil penelitian menunjukkan nilai p sebesar 0,297. Berdasarkan perhitungan uji sobel diperoleh Nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, berarti hipotesis diterima. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung gaya hidup terhadap keputusan membeli beras merah di kota Medan lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh yang terjadi sebenarnya adalah pengaruh langsung gaya hidup terhadap keputusan konsumen membeli beras merah. Beras merah merupakan makanan pokok yang ketika kita ingin membeli sebenarnya tidak terlalu membutuhkan waktu yang lama dalam proses memutuskan membeli atau tidak. Ketika memutuskan untuk membeli setelah memperoleh informasi mengenai manfaat beras merah dan merasa tertarik untuk mencoba maka konsumen dapat memutuskan langsung membeli.
7. Hipotesis menyatakan bahwa *sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan*. Hasil penelitian menunjukkan nilai p sebesar 0,570. Nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, berarti hipotesis diterima. Suryani (2008) menyatakan bahwa sikap sebagai faktor psikologis penting untuk dipahami karena sikap dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku, konsumen yang suka atau bersikap positif terhadap suatu produk akan cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk membeli atau memilih produk yang disukainya tersebut. Dalam hal ini sikap positif konsumen terhadap beras merah mendorong mereka untuk melakukan pembelian beras merah.

D. KESIMPULAN

1. Kelompok acuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan

2. Kelompok acuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan
3. Kelompok acuan secara tidak langsung tidak berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen membeli beras di kota Medan melalui sikap sebagai variabel intervening
4. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen membeli beras merah di kota Medan
5. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan
6. Gaya hidup secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras di kota Medan melalui sikap sebagai variabel intervening
7. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli beras merah di kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Cooper D.R., & Schindler P.S. 2006. *Business Research Methods*. Mcgraw hill.
2. Hermawan, Asep. 2009. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Edisi Revisi Jakarta: Grasindo.
3. Indrasari, Siti Dewi dan Made Oka Adnyana. 2007. Preferensi Konsumen terhadap Beras Merah sebagai Sumber Pangan Fungsional. *Iptek Tanaman Pangan*. Vol.2 Nomor 2: 227-241.
4. Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jakarta: Erlangga.
5. Limakrisna, Nandan dan Suprpto J. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
6. Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
7. Nuryani. 2013. Potensi Substitusi Beras Putih dan Beras Merah Sebagai Makanan Pokok Untuk Perlindungan Diabetes Melitus. *Media Gizi Masyarakat Indonesia*. Vol. 3 Nomor 3: 157-168.
8. Santika, A., dan Rozakurniati. 2010. Teknik Evaluasi Mutu Beras Hitam dan Beras Merah pada Beberapa Galur Padi Gogo. *Buletin Teknik Pertanian*. Vol. 15. Nomor 1: 1-5.
9. Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Impikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
10. Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Prenada Media Group.
11. Sinulingga, Sukaria. 2013. *Metode Penelitian*. Edisi 13. Medan: USU press.
12. Suardi, D. 2005. Potensi Beras Merah Untuk Peningkatan Mutu Pangan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian*. Vol 24, Nomor 3.
13. Sugihartati, Rahma. 2010. *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
14. Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
15. Yuliati, Lilik Noor, Retnaningsih dan Dini Aprilia. 2012. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Kesadaran dan Konsumsi Beras Merah (*Oryza Nivara*). *Jur. Ilm. Kel. &Kons*. Vol. 5 Nomor 2: 166-174.