

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN AMPOK JAGUNG INSTAN DI DESA KALIPARE KABUPATEN MALANG

Lailatul Artavia¹, Dwi Susilowati²), Bambang Siswadi¹

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: 21901032070@unisma.ac.id

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email: dwi_s@unisma.ac.id Email: bsdiek171@unisma.ac.id

Abstract

Corn is one of the main secondary crops commodities in Indonesia. Malang Regency is one of the corn producing areas in East Java. The amount of corn production in Kalipare District is less stable from year to year. This is because the selling price of corn is relatively low compared to other food crops. This makes farmers reluctant to plant corn again. To increase the selling value of corn, people make diversified processed corn products in the form of snack food, namely corn chips. The factors that influence consumers in purchasing are many and varied. Purchases can be influenced by several factors originating from within the consumer and outside. This research aims to analyze the factors that influence consumers in purchasing instant corn ampok in Kalipare Village, Malang Regency.

This research was conducted in Kalipare Village with a total of 70 respondents using a quantitative approach. Data analysis used multiple linear regression with SPSS. The research results show that the price of instant corn ampokes, rice price, income, education, number of family members, and knowledge of processing techniques have a significant effect on the number of instant corn ampokes purchased in Kalipare Village. The coefficient of determination is 0.850, which means that the number of purchases of instant corn packets can be explained 85% by the independent variable.

Abstrak

Jagung merupakan salah satu komoditi palawija utama di Indonesia. Kabupaten Malang merupakan salah satu daerah penghasil jagung di Jawa Timur. Jumlah produksi jagung di Kecamatan Kalipare tergolong kurang stabil dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan harga jual jagung yang relatif rendah dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Sehingga membuat petani enggan untuk menanam jagung kembali. Untuk meningkatkan nilai jual jagung maka masyarakat membuat produk diversifikasi olahan jagung dalam bentuk pangan selingan yaitu ampok jagung. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian ada banyak dan beragam. Pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri konsumen maupun luar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare Kabupaten Malang.

Penelitian ini dilakukan di Desa Kalipare dengan jumlah responden 70 menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga ampok jagung instan, harga beras, pendapatan, pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan teknis pengolahan berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare. Untuk hasil koefisien determinasi adalah 0.850, yang artinya jumlah pembelian ampok jagung instan dapat dijelaskan 85% oleh variabel independen.

Kata kunci: Jagung, Pembelian

PENDAHULUAN

Jagung merupakan salah satu komoditi palawija utama di Indonesia. Luas panen jagung nasional pada 2023 seluas 2.88 juta hektar, dengan produksi bersih mencapai 14.77 juta ton (BPS, 2023). Dengan adanya hal ini maka sangat memungkinkan bila jagung digunakan sebagai sumber karbohidrat lain pengganti beras.

Kabupaten Malang merupakan salah satu daerah penghasil jagung di Jawa Timur. Salah satu daerah penghasil jagung di Kabupaten Malang adalah Kecamatan Kalipare. Jumlah produksi jagung di Kecamatan Kalipare tergolong kurang stabil dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan harga jual jagung yang relatif rendah dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Sehingga membuat petani enggan untuk menanam jagung kembali. Untuk meningkatkan nilai jual jagung maka masyarakat membuat produk diversifikasi olahan jagung dalam bentuk kudapan ataupun pangan selingan (Malign dkk., 2019). Salah satu produk pangan selingan yang dibuat masyarakat adalah ampok jagung.

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian ada banyak dan beragam. Pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri konsumen maupun luar. Melihat banyaknya konsumsi ampok jagung instan yang masih cukup banyak di Desa Kalipare, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare Kabupaten Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kalipare, Kecamatan Kalipare, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Desa Kalipare, Kecamatan Kalipare, Kabupaten Malang dianggap sebagai salah satu daerah dengan konsumsi ampok jagung instan yang masih tinggi. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2023.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang di dalam usulan penelitian, hipotesis, proses, turun ke lapang, analisis data, dan kesimpulan sampai dengan penulisannya menggunakan pengukuran, perhitungan, serta rumus dan kepastian data numerik (Musianto, 2002). Pendekatan kuantitatif membantu menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Regresi linier berganda merupakan model analisis data yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, baik secara simultan maupun parsial dengan koefisien *unstandardized* (Mizfar & Sinaga, 2017). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menilai hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen berkelanjutan (Siswadi dkk., 2018).

Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5 + b_6 \ln X_6 + \dots + b_n \ln X_n$$

Keterangan :

Y = Jumlah Pembelian (Kg/bulan)

b₀ = Konstanta

b₁ – b_n = Koefisien Regresi variabel bebas (independen)

Ln = Fungsi Logaritma

X₁ = Harga ampok jagung instan (Rp/kg)

X₂ = Harga beras (Rp/kg)

X₃ = Pendapatan (Rp/bulan)

X₄ = Pendidikan (Tahun)

X₅ = Jumlah anggota keluarga (Jiwa)

X₆ = Pengetahuan teknis pengolahan produk (0 = Media Sosial 1 = Orang Lain)

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran untuk mengetahui ketepatan atau kesesuaian antara nilai dugaan atau garis dengan sampel (Sadat, 2017).

Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Uji F merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (bebas) yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (terikat). Jika $\text{Sig F} \leq 0.05$ ($F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$), maka H_1 diterima (hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel bebas yang memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi variabel terikat, begitupun sebaliknya).

Uji Signifikansi Parsial (Uji – t)

Uji – t ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat), yang dilakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Apabila nilai Signifikansi ≥ 0.05 , maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik konsumen

Berikut merupakan karakteristik konsumen dalam penelitian ini:

Jenis kelamin

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan jumlah responden dalam penelitian ini adalah 70 responden. Responden laki-laki berjumlah 1 orang dengan persentase 1.42%. Responden perempuan berjumlah 69 dengan persentase sebesar 98.57%. Hal ini menunjukkan bahwa responden (konsumen ampok jagung instan) paling banyak adalah perempuan.

Usia

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa usia responden berkisar antara 20-70 tahun.

Tabel 1. Usia Responden

Usia (Tahun)	Total	Persentase
20-30	19 orang	27.16%
31-40	13 orang	18.57%
41-50	18 orang	25.71%
51-60	11 orang	15.71%
61-70	9 orang	12.85%

Sumber: Analisis data 2024

Berdasarkan data penelitian yang didapatkan jumlah persentase usia tertinggi adalah usia 20-30 tahun dengan persentase 27.16% dan jumlah responden 19 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang melakukan pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare adalah konsumen dengan rentang usia 20-30 tahun. Persentase terendah didapatkan oleh responden dengan usia 61-70 tahun dengan besarnya persentase 12.85% dengan jumlah responden 9 orang.

Tingkat pendidikan

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan dari 70 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Total	Persentase
SD/MI	16 orang	22.85%
SMP/MTS	21 orang	30%
SMA/MA/SMK	27 orang	38.57%
Diploma/Sarjana	6 orang	8.58%
Pascasarjana	0 orang	0%

Sumber: Analisis data 2024

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan persentase tingkat pendidikan responden tertinggi adalah 38.57% yaitu kategori SMA/MA/SMK. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak yang melakukan pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare memiliki pendidikan terakhir SMA/MA/SMK dengan jumlah responden 27 orang.

Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan tabel dibawah dapat diketahui bahwa jumlah anggota keluarga dari responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Anggota Keluarga Responden

No	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Responden	Persentase
1	1 orang	4 orang	5.71%
2	2 orang	18 orang	25.74%
3	3 orang	17 orang	24.28%
4	4 orang	26 orang	37.14%
5	5 orang	4 orang	5.71%
6	6 orang	1 orang	1.42%

Sumber: Analisis data 2024

Berdasarkan data yang tertera diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dengan anggota keluarga paling tinggi adalah dengan jumlah anggota keluarga 4 orang yaitu sebanyak 26 responden dengan persentase sebesar 37.14%. Sedangkan untuk responden dengan jumlah anggota keluarga paling rendah adalah responden dengan jumlah anggota keluarga 6 orang dengan 1 responden yang persentasenya sebesar 1.42%.

Pekerjaan

Berdasarkan tabel dibawah ini dapat diketahui pekerjaan dari masing-masing responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Total	Persentase
IRT	18	25.71%
Pelajar/Mahasiswa	6	8.57%
Pegawai Negeri Sipil	0	0%
Pegawai Swasta	0	0%
Wiraswasta	3	4.28%
Pensiunan	0	0%
Pedagang	23	32.87%
Pendidik	4	5.71%
Tenaga Kesehatan	2	2.85%
Buruh	4	5.71%
Petani	9	12.88%
Lainnya	1	1.42%

Sumber: Analisis data 2024

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan profesi pedagang mendapatkan persentase terbesar yaitu 32.87% dengan jumlah responden 23 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare berprofesi sebagai pedagang.

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Ampok Jagung instan

Berikut merupakan hasil analisis data menggunakan SPSS:

Tabel 5. Output Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.934	.604		8.171	.000
	x1 (harga ampok jagung instan)	-.339	.055	-.476	-6.124	.000
	x2 (harga beras)	-.771	.131	-.301	-5.905	.000
	x3 (pendapatan)	-.090	.029	-.157	-3.072	.003
	x4 (pendidikan)	-.199	.044	-.344	-4.480	.000
	x5 (jumlah anggota keluarga)	.191	.034	.306	5.667	.000
	x6 (pengetahuan teknis pengolahan)	-.036	.018	-.113	-2.045	.045

a. Dependent Variable: y = jumlah pembelian

Pengaruh hubungan antara variabel dependen dan independen dapat dilihat dengan persamaan regresi linier berganda. Berikut adalah persamaan linier berganda dalam penelitian ini:

$$Y = 4.934 - 0.339X_1 - 0.771X_2 - 0.090X_3 - 0.199X_4 + 0.191X_5 - 0.036X_6$$

Y = variabel dependen (jumlah pembelian ampok jagung instan)

b0 = Konstanta

b1 = koefisien harga ampok jagung

b2 = koefisien harga beras

b3 = koefisien pendapatan

b4 = koefisien pendidikan

b5 = koefisien jumlah anggota keluarga

b6 = koefisien pengetahuan teknis pengolahan

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui ketepatan atau kesesuaian nilai dugaan dengan sampel (Sadat, 2017). Dari hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan didapatkan nilai adjusted R square sebesar 0.850. Hal itu berarti bahwa 85% variabel jumlah pembelian ampok jagung instan dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari harga ampok jagung (x1), harga beras (x2), pendapatan (x3), pendidikan (x4), jumlah anggota keluarga (x5), dan pengetahuan teknis pengolahan (x6). Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sadat, 2017), bahwa apabila nilai R^2 adalah seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 85%. Hal ini berarti variabel pembelian ampok jagung instan dapat dijelaskan oleh variabel harga ampok jagung, harga beras, pendapatan, pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan teknis pengolahan. Sedangkan sisanya 15% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdapat dalam model regresi secara simultan terhadap variabel dependen. Apabila nilai dari sig lebih kecil atau sama dengan 0.05 maka nilai H1 diterima, dan variabel independen memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel dependen. Begitupun sebaliknya apabila nilai sig $F > 0.05$ maka Ho

diterima, dan variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Berdasarkan hasil analisis data yang didapatkan nilai sig F dari data ini adalah 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig data lebih kecil dibandingkan 0.05 yang berarti variabel independen yang terdiri dari harga ampok jagung instan, harga beras, pendapatan, Pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan teknis pengolahan ampok jagung instan mempengaruhi variabel dependen (jumlah pembelian ampok jagung instan) secara simultan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fangidae dkk., 2020), bahwa apabila nilai sig lebih kecil dibandingkan 0.05 maka variabel penelitian (independen) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Maka dari itu harga ampok jagung, harga beras, pendapatan, pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan teknis pengolahan berpengaruh secara simultan terhadap jumlah pembelian ampok jagung di Desa Kalipare.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa setiap variabel dari penelitian ini berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (jumlah pembelian ampok jagung instan).

Uji signifikansi parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antar variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria uji dalam uji t adalah jika nilai sig variabel independen ≥ 0.05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Begitupun sebaliknya apabila nilai signifikansi variabel independen < 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Mizfar & Sinaga, 2017).

Konstanta (b0)

Nilai konstanta atau nilai ketetapan dalam model regresi linier berganda mendapatkan nilai sebesar 4.934 yang berarti nilai konstanta atau keadaan variabel y (frekuensi pembelian ampok jagung instan) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya. Apabila nilai dari variabel lainnya konstan maka pembelian ampok jagung instan bernilai 4.934.

Harga Ampok Jagung (X1)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel harga ampok jagung (x1) adalah 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig harga ampok jagung < 0.05 , yang berarti bahwa harga ampok jagung berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel harga ampok jagung instan mendapatkan nilai -0.339 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara variabel dependen dan variabel independen. Atau dapat diartikan jika variabel harga ampok jagung naik 1 % atau maka jumlah pembelian ampok jagung instan turun 0.339. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sadat, 2017), bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan. Jika harga ampok jagung instan naik maka permintaan dari ampok jagung instan turun, hal ini dikarenakan pembeli akan mengambil keputusan membeli barang lain yang harganya tergolong stabil, sehingga permintaan ampok jagung instan akan menurun.

Harga Beras (X2)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel harga beras (x2) adalah 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig variabel x2 < 0.05 , yang berarti bahwa harga beras berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa harga beras mendapatkan nilai -0.771 yang berarti adanya hubungan yang negatif antara variabel dependen dan variabel independen. Yang berarti setiap harga beras naik 1% maka jumlah pembelian turun 0.771. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hariba dkk., 2023), bahwa harga beras berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan. Jika harga beras atau barang lain naik maka permintaan ampok jagung instan turun, hal ini dapat dipengaruhi oleh persepsi konsumen dan barang pengganti lainnya.

Pendapatan (X3)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel pendapatan (x3) adalah 0.003. hal ini menunjukkan bahwa nilai sig variabel $x_3 < 0.05$, yang berarti bahwa variabel pendapatan (x3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu jumlah pembelian ampok jagung instan. Berdasarkan model regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai pendapatan mendapatkan nilai koef -0.090 yang memiliki hubungan negatif antara variabel independen dan dependen yang berarti setiap kenaikan pendapatan 1% maka jumlah pembelian ampok jagung instan turun 0.090. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mizfar & Sinaga, 2017) dan (Sadat, 2017), bahwa pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan. Namun dalam hasil ini tingkat pendapatan naik maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ampok jagung instan akan turun. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, misalnya preferensi konsumen terhadap ampok jagung instan berubah atau terdapat barang pengganti lain.

Pendidikan (X4)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel pendidikan (x4) adalah 0.000. hal ini menunjukkan bahwa nilai sig variabel $x_4 < 0.05$, yang berarti bahwa variabel pendidikan (x4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu frekuensi pembelian ampok jagung instan. Berdasarkan model regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai pendidikan mendapatkan nilai -0.199 yang memiliki hubungan negatif antara variabel independen dan dependen yang berarti setiap kenaikan variabel pendidikan maka jumlah pembelian ampok jagung instan turun 0.199. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mizfar & Sinaga, 2017), bahwa tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi pembelian ampok jagung instan. Semakin tinggi pendidikan maka keputusan seseorang untuk melakukan pembelian ampok jagung instan akan menurun. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor preferensi konsumen dan barang pengganti lainnya.

Jumlah Anggota Keluarga (X5)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel jumlah anggota keluarga (x5) adalah 0.000. hal ini menunjukkan bahwa nilai sig variabel $x_5 < 0.05$, yang berarti bahwa variabel jumlah anggota keluarga (x5) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu jumlah pembelian ampok jagung instan. Berdasarkan model regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai jumlah anggota keluarga mendapatkan nilai koef 0.191 yang memiliki hubungan positif antara variabel independen dan dependen yang berarti setiap kenaikan variabel jumlah anggota keluarga naik 1% maka jumlah pembelian ampok jagung instan naik 0.191. Hasil penelitian ini didukung dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mizfar & Sinaga, 2017), bahwa variabel jumlah anggota keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian ampok jagung instan. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka permintaan akan ampok jagung instan akan meningkat. Hal ini dikarenakan kebutuhan pangan anggota keluarga semakin banyak, sehingga mendorong konsumen melakukan pembelian ampok jagung instan lebih banyak.

Pengetahuan Teknis Pengolahan (X6)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel pengetahuan teknis pengolahan (x6) adalah 0.045. hal ini menunjukkan bahwa nilai sig variabel $x_6 < 0.05$, yang berarti bahwa variabel pengetahuan teknis pengolahan ampok (x6) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu frekuensi pembelian ampok jagung instan. Berdasarkan model regresi linier berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai variabel pengetahuan teknis pengolahan mendapatkan nilai -0.036 yang memiliki hubungan negatif antara variabel independen dan dependen yang berarti setiap kenaikan variabel pengetahuan teknis pengolahan 1% maka jumlah pembelian ampok jagung instan turun 0.036. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mizfar & Sinaga, 2017), bahwa variabel pengetahuan teknis pengolahan memiliki pengaruh terhadap frekuensi pembelian ampok jagung instan. Jika pengetahuan teknis pengolahan ampok jagung instan meningkat maka pembelian ampok jagung instan akan turun. Hal ini dapat terjadi dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi seperti preferensi konsumen

akan barang lain, harga ampok, pendapatan konsumen, maupun jumlah tanggungan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian ampok jagung instan terdiri dari beberapa faktor yang didapatkan dari responden yang melakukan pembelian ampok jagung instan menggunakan observasi, wawancara, serta tabulasi data untuk mengetahui bahwa konsumen yang melakukan pembelian ampok jagung instan dipengaruhi oleh beberapa hal yang melatarbelakanginya, beberapa faktor yang melatarbelakangi konsumen melakukan pembelian ampok jagung instan adalah harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan teknis pengolahan.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga ampok jagung instan, harga beras, pendapatan. Pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan teknis pengolahan berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian ampok jagung instan di Desa Kalipare.
3. Informasi di lapangan menyatakan bahwa meskipun harga ampok jagung instan lebih mahal dibandingkan harga beras, masyarakat kalipare tetap membeli ampok jagung instan. Hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat kalipare yang mengkonsumsi ampok jagung dicampurkan dengan beras, dengan perbandingan beras yang lebih banyak.

Saran

Untuk penjual ampok jagung instan agar lebih memperhatikan beberapa faktor yang dapat meningkatkan penjualan ampok jagung instan, yaitu dengan membuat harga ampok jagung terjangkau bagi semua kalangan, memperluas jaringan pemasaran, penyediaan informasi yang dapat menarik minat beli masyarakat, meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial (*Instagram, Facebook, Tik Tok*, dll). Penjual ampok dapat melakukan inovasi baru terkait kemasan ampok yang lebih menarik. Untuk pengetahuan teknis pengolahan dapat diberikan cara pengolahan dalam kemasan ampok jagung instan.

Daftar Pustaka

- BPS, B. P. S. K. M. (2023). *Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Jagung Menurut Kecamatan di Kabupaten Malang*. <http://kamasuta.malangkab.go.id/>
- Fangidae, W., Un, P., & Nainiti, S. P. N. (2020). Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Jagung Rebus Studi Kasus di Kelurahan Oesao, Kecamatan Kupang Timur, Kabupaten Kupang. *Jurnal Excelentia*, volume IX No 1, 65–72.
- Hariba, N., W, P. R., & Fatmawati, F. (2023). Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerupuk Jagung Amizi di Desa Manding Timur Kecamatan Manding. *Prosiding : Seminar Nasional Ekonomi dan Teknologi*, 92–99. <https://doi.org/10.24929/prosd.v0i0.2374>
- Maligan, J. M., Pratiwi, D. D., & Widyaningsih, T. D. (2019). Studi Preferensi Konsumen terhadap Nasi Putih dan Nasi Jagung Putih pada Pekerja Wanita di Kantor Pemerintah Kota Malang. *Indonesian Journal of Human Nutrition*, 6(1), 41–52. <https://doi.org/10.21776/ub.ijhn.2019.006.01.5>
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Instan. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 11(2), 175. <https://doi.org/10.20961/sepa.v11i2.14172>
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 123–136.

- Sadat, M. A. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jagung di Sulawesi Selatan. *Jurnal Agribisnis*, 6(2), 10.
- Siswadi, B., Asnah, & Dynasari. (2018). Pengantar Penerapan Ekonometrika. *Yogyakarta : Deepublish*, 171.