

Preferensi Konsumen Terhadap Gula Pasir Premium di Pasar Modern Kota Malang

Diki Yuwan Tristanto¹, Masyhuri Machfudz², Nikmatul Khoiriyah³

Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: diki.ywntrs@gmail.com

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang Email

Email : masyhuri.machfudz@unisma.ac.id

³Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : nikmatul@unisma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap gula pasir premium serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di pasar modern Kota Malang. Latar belakang penelitian didasari oleh meningkatnya konsumsi gula nasional yang tidak seimbang dengan produksi dalam negeri sehingga menimbulkan ketergantungan impor. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 110 responden yang dipilih secara accidental sampling, sesuai dengan Nawawi (1995) yang merekomendasikan minimal 30 sampel dan Malhotra (1993) yang menyarankan empat hingga lima kali jumlah variabel penelitian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan regresi logistik. Hasil menunjukkan bahwa harga ($p = 0,037$), pendapatan ($p = 0,019$), dan pendidikan ($p = 0,001$) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel lain tidak signifikan. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,046. Nilai -2 Log Likelihood menurun dari 122,037 menjadi 102,664, dan uji Hosmer and Lemeshow sebesar 0,356 menunjukkan model fit, dengan Nagelkerke R Square sebesar 0,354. Penelitian ini menyimpulkan bahwa preferensi konsumen dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan demografis yang penting bagi strategi pemasaran gula pasir premium.

Kata kunci: Gula Pasir Premium, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian, Regresi Logistik

Abstract

This study aims to analyze consumer preferences for premium granulated sugar and identify the factors influencing purchasing decisions in modern markets in Malang City. The research background is based on the increasing national sugar consumption, which is not balanced by domestic production, leading to import dependency. A quantitative approach was applied through a survey of 110 respondents selected using accidental sampling, following Nawawi (1995), who recommends a minimum of 30 samples, and Malhotra (1993), who suggests four to five times the number of research variables. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed with logistic regression. The results indicate that price ($p = 0.037$), income ($p = 0.019$), and education ($p = 0.001$) significantly influence purchasing decisions, while other variables are not significant. Simultaneously, all independent variables have a significant joint effect ($p = 0.046$). The -2 Log Likelihood value decreased from 122.037 to 102.664, and the Hosmer and Lemeshow test (0.356) indicates a good model fit, with a Nagelkerke R Square of 0.354. The study concludes that consumer preferences are influenced by economic and demographic factors, which provide valuable insights for premium sugar marketing strategies.

Keywords: Premium Sugar, Consumer Preference, Purchase Decision, Logistic Regression

PENDAHULUAN

Gula merupakan salah satu komoditas strategis yang memiliki peran penting dalam konsumsi rumah tangga di Indonesia. Konsumsi gula nasional cenderung meningkat dari tahun ke tahun, namun tidak diimbangi dengan kemampuan produksi dalam negeri yang memadai. Ketimpangan ini menyebabkan tingginya ketergantungan terhadap impor gula, yang pada gilirannya menimbulkan berbagai persoalan baik dari sisi harga maupun ketersediaan. Di sisi lain, persepsi masyarakat terhadap kualitas gula lokal juga masih tergolong rendah, sehingga mendorong sebagian konsumen untuk beralih ke produk gula pasir premium. Menurut penelitian terdahulu, sektor UMKM kuliner memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan permintaan bahan baku, termasuk gula, karena produk makanan olahan manis menjadi salah satu unggulan dalam industri kreatif daerah (Khoiriyah, 2023).

Gula pasir premium adalah varian gula dengan kualitas tinggi yang ditandai oleh visual yang jernih, tekstur halus, dan rasa seimbang. Semua atribut yang sangat dipandang konsumen modern dan industri makanan-minuman. Menurut Sutatik (2016), konsumen dan panelis secara konsisten lebih menyukai gula impor karena warnanya lebih jernih, kristal lebih halus, dan kejernihannya lebih tinggi, meski gula lokal cenderung lebih manis dan memiliki aftertaste khas. Maya Kurniawati (2018) menambahkan bahwa gula rafinasi merek menunjukkan tingkat kemanisan yang secara sensori lebih baik dibandingkan gula curah, sekitar 1,04 kali dibandingkan 1,02 kali dari gula curah. Proses produksi premium juga membutuhkan kontrol kualitas ketat: Rachman (2017) dalam penelitiannya di sebuah pabrik gula menemukan bahwa kerusakan produk (seperti debuan dan scrap sugar) dapat dikurangi dengan tenaga kerja terampil, mesin terawat, dan metode kerja yang konsisten. Dengan demikian, gula premium bukan hanya tentang rasa, tetapi juga mencakup konsistensi mutu visual, tekstural, dan proses produksi yang terkendali.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap gula pasir premium di pasar modern Kota Malang dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku industri gula dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, serta menjadi referensi akademik dalam kajian perilaku konsumen produk pangan berkualitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap gula pasir premium di pasar modern. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) yaitu di Kota Malang, yang dipilih karena merupakan salah satu pusat konsumsi urban dengan perkembangan pasar modern yang pesat. Pengambilan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang sedang berbelanja di pasar modern, seperti superindo dan transmart. Menurut Nawawi (1995) pengambilan jumlah sampel minimal sebanyak 30 responden, namun dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 110 responden dengan kriteria acak. Menurut Malholtra (1993) menjelaskan bahwa besarnya responden ditentukan paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variable atau item yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 6 variabel diantaranya harga, pendapatan, kemasan, kualitas, Lokasi, dan Pendidikan diperoleh dengan teknik *accidental sampling*, yaitu responden yang ditemui secara langsung dan bersedia memberikan informasi pada saat penelitian dilakukan. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi dan preferensi konsumen terhadap variabel-variabel yang diteliti. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi harga (X_1), pendapatan (X_2), tampilan fisik produk (X_3), kualitas produk (X_4), tempat pembelian (X_5), dan pendidikan terakhir (X_6). Adapun variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y), yang dikategorikan secara biner: membeli produk gula premium atau tidak. Analisis data dilakukan menggunakan regresi logistik (binary logistic regression) dengan

bantuan perangkat lunak SPSS versi 16.0. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan masing-masing variabel bebas terhadap keputusan pembelian konsumen.

Untuk menjawab tujuan kedua penelitian yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli gula pasir premium di pasar modern kota malang. Yaitu dengan menggunakan model analisis regresi logistik dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \ln \frac{P_i}{(1-P_i)} + \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan :

Y = Preferensi Konsumen terhadap Gula pasir premium

Y = 1 apabila konsumen membeli Gula pasir premium ≥ 2 kali

Y = 0 apabila konsumen membeli gula pasir premium < 2 kali

β_0 = Konstanta

β_1, β_n = Koefisien parameter

ε = Error

X_1 = Harga

X_2 = Pendapatan

X_3 = Tampilan fisik atau kemasan

X_4 = Kualitas Produk

X_5 = Tempat

X_6 = Pendidikan terakhir konsumen

1. Uji *Log Likelihood* (Uji Keseluruhan Model) dan Koefisien Determinasi (*R Square*)

Penilaian untuk keseluruhan model digunakan untuk menilai model yang dihipotesiskan telah fit atau tidak, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Model hipotesis telah fit dengan data.

H_1 : Model hipotesis tidak fit dengan data. Kriteria keputusannya adalah:

- Jika *Log Likelihood* pada block number 0 $\geq$ nilai *log likelihood* pada block number 1 maka dapat dikatakan model regresi tersebut baik.

- Jika *Log Likelihood* pada block number 0 $<$ nilai *log likelihood* pada block number 1 maka dapat dikatakan model regresi tersebut tidak baik.

2. Selanjutnya uji *Nagelkerke R Square* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan mampu mempengaruhi atau menjelaskan keputusan pembelian gula pasir premium di pasar modern Kota Malang. Jika nilai semakin kecil atau mendekati 0 (nol) maka model dianggap semakin tidak *goodness of fit* yang berarti bahwa kemampuan variabel harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian kopi tubruk terbatas. Sebaliknya jika nilai semakin besar atau mendekati 1 (satu) maka model dianggap semakin *goodness of fit* (Ghozali, 2013).

3. Uji *Goodness of fit*: digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi. Uji Kelayakan Model Regresi dengan memperhatikan output dari *Hosmer and Lemeshow*, dengan hipotesis yang diajukan adalah:

H_0 : tidak ada perbedaan antara data hasil observasi dengan hasil prediksi

H_1 : ada perbedaan antara data hasil observasi dengan hasil prediksi Kriteria keputusannya adalah:

- Jika nilai probabilitas (P-Value) < 0.05 (nilai signifikansi) maka H_0 ditolak, artinya ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya.

- Jika nilai probabilitas (P-Value) ≥ 0.05 (nilai signifikansi) maka H_0 diterima, artinya model sesuai dengan nilai observasinya.

4. Uji Chi-Square : untuk menguji hubungan variabel harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan dapat menduga keputusan pembelian gula pasir premium dalam model. Hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots, \beta_9 = 0$, dimana tidak ada satupun variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian gula pasir premium.

H_1 : paling tidak ada satu nilai β_i tidak sama dengan nol. Kriteria keputusannya adalah:

▪ Bila $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel (0,05)} \rightarrow H_0$ diterima, artinya secara serempak variabel harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan tidak mampu dalam menjelaskan keputusan pembelian gula pasir premium.

▪ Bila $\chi^2_{hitung} \geq \chi^2_{tabel (0,05)} \rightarrow H_1$ diterima, artinya secara serempak variabel harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan mampu menjelaskan keputusan pembelian gula pasir premium atau dengan kata lain model tersebut fit (sesuai).

5. Uji Parsial (*Uji Wald*) : untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian kopi tubruk, dengan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

Tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0.05$) atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Kriteria hipotesis pengambilan keputusan, yaitu:

▪ Jika nilai sig. > 0.05 maka H_0 dapat diterima dan H_1 dapat ditolak. Hal ini berarti variabel harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian gula pasir premium.

▪ Jika nilai sig. ≤ 0.05 maka H_1 dapat diterima dan H_0 dapat ditolak. Hal ini berarti variabel berpengaruh secara nyata terhadap harga gula pasir premium, pendapatan, kualitas, tampilan fisik, dan Pendidikan terhadap keputusan pembelian gula pasir premium.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Malang, yang terletak di dataran tinggi dengan iklim sejuk dan dikelilingi pegunungan, memiliki peran strategis sebagai kota wisata, pendidikan, dan pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur. Kondisi geografis ini mendorong tingginya konsumsi gula, terutama dalam budaya kuliner lokal yang kaya akan makanan dan minuman manis. UMKM dan industri kuliner turut memperbesar permintaan terhadap gula, sementara kesadaran masyarakat terhadap kesehatan mulai mendorong pergeseran ke pemanis yang lebih sehat. Peran pemerintah dalam menjaga stabilitas harga gula juga menjadi kunci dalam menjaga kelangsungan konsumsi dan produksi berbasis gula di Kota Malang.

Hasil Uji Chi-Square

Omnibus Test of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	37,179	6	0,046
	Block	37,179	6	0,046
	Model	37,379	6	0,046

Sumber: Output SPSS 16.0, 2024

Berdasarkan hasil dari Tabel 18, dapat dilihat dari hasil uji simultan menunjukkan nilai *Chi-square* hitung sebesar 37.179 dengan probabilitas signifikansi 0,046 yaitu kurang dari 0,05. Berarti bahwa dari 6 variabel yang digunakan di dalam penelitian yaitu harga, pendapatan, tampilan fisik, kualitas, tempat, dan pendidikan mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Chi-Square* hitung sebesar 37.179 lebih besar dari nilai *Chi-Square* tabel sebesar 12.592 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya semua variabel dapat dimasukkan dalam model.

Uji Log Likelihood

Step	Analisis Hosmer-Lemeshow Test		
	Chi-square	df.	Sig.
1	8.868	6	.356

Sumber: Output SPSS 16.0, 2024

Hasil uji nilai probabilitas *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit test* adalah 0,356 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), yang berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya (model fit).

Uji Goodness of Fit

Step	-2 Log likelihood	Model Summary	
		Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	102.664 ^a	.163	.354

Sumber: Output SPSS 16.0, 2024

Nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,354 menunjukkan nilai koefisien determinasi yang artinya 35,4% variable independent memberikan pengaruh terhadap terhadap variabel dependen, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Uji likelihood penelitian ini menunjukkan nilai -2 log likelihood pada block = 0 bernilai 122.037 dan nilai pada block =1 bernilai 102.664 sehingga dapat dikatakan bahwa model yang dihipotesiskan fit (sesuai). Setelah model fit, maka pembahasan selanjutnya adalah apakah masing-masing variabel faktor-faktor yang mempengaruhi berpengaruh signifikan terhadap pembelian gula pasir premium. Secara keseluruhan, nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,354. Hasil uji Hosmer and Lemeshow sebesar 0,356 ($> 0,05$) menandakan bahwa model regresi memiliki tingkat kecocokan yang baik (fit). Penurunan nilai -2 Log Likelihood dari 122,037 menjadi 102,664 juga memperkuat bahwa model yang digunakan memiliki ketepatan prediksi yang memadai.

Uji Parsial

Variabel	Koefisien	Wald	Sig.	Exp(B)
Harga (X_1)	-.630	4.368	.037	.533
Pendapatan (X_2)	-.479	5.464	.019	.620
Tampilan Fisik (X_3)	-.486	1.398	.237	.615
Kualitas (X_4)	.071	.035	.851	1.074
Tempat (X_5)	-.375	.787	.375	.687
Pendidikan (X_6)	1.509	11.371	.001	4.523
Constant	-2.140	.705	.401	.051

Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap gula pasir premium di pasar modern Kota Malang, yaitu variabel harga ($p = 0,037$), pendapatan ($p = 0,019$), dan pendidikan terakhir ($p = 0,001$). Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya ditentukan oleh atribut fisik produk, tetapi lebih dominan dipengaruhi oleh faktor sosioekonomi.

1. **Harga** Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gula pasir premium di Kota Malang. Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap harga menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian. Apabila konsumen menilai harga produk terlalu tinggi dibandingkan dengan manfaat atau nilai yang diperoleh, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian akan menurun. Hal ini sejalan dengan hasil analisis regresi logistik, di mana harga memiliki koefisien regresi negatif ($B = -0,630$) dengan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$, yang berarti semakin tinggi harga gula pasir premium, semakin kecil peluang konsumen untuk membelinya. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa harga merupakan salah satu faktor dominan dalam memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. **Pendapatan** memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin tinggi pendapatan konsumen, semakin besar kecenderungan mereka membeli produk premium. Konsumen dengan pendapatan lebih tinggi cenderung memprioritaskan kualitas dan kemudahan, serta menganggap harga yang lebih mahal sebagai cerminan dari nilai tambah produk, seperti keamanan, kemasan, dan sertifikasi halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gula pasir premium di Kota Malang dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Koefisien regresi yang bernilai negatif ($B = -0,479$) serta nilai *odds ratio* ($\text{Exp}(B)$) sebesar 0,620 menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan justru menurunkan peluang konsumen membeli gula pasir premium, di mana peluang membeli hanya sebesar 62% dari sebelumnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmi dan Fadjar (2022) yang menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat, di mana konsumen dengan pendapatan lebih tinggi cenderung mengalihkan pengeluarannya pada produk yang lebih bervariasi dan sesuai dengan kesadaran kesehatan. Hal ini juga sejalan dengan teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa pendapatan memengaruhi gaya hidup, preferensi, serta persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk. Dengan demikian, peningkatan pendapatan mendorong sebagian konsumen untuk tidak lagi membeli gula pasir premium, melainkan beralih pada produk alternatif seperti gula rendah kalori atau pemanis alami yang lebih sesuai dengan gaya hidup modern dan sehat.
3. **Pendidikan** Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan (X_6) berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian gula pasir premium di Kota Malang, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, bahkan lebih kecil dari 0,01. Koefisien regresi sebesar 1,509 dengan nilai *odds ratio* ($\text{Exp}(B)$) sebesar 4,523 menandakan bahwa setiap peningkatan tingkat pendidikan meningkatkan peluang pembelian lebih dari 4,5 kali lipat. Artinya, semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka membeli gula pasir premium. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor demografis yang berpengaruh penting dalam perilaku konsumen karena memengaruhi cara berpikir, preferensi, serta pengetahuan mereka dalam mengevaluasi produk. Konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki wawasan yang lebih luas mengenai kualitas, manfaat, maupun risiko produk yang mereka konsumsi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitriani dan Suryani (2020) yang mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pangan sehat. Konsumen dengan pendidikan tinggi umumnya lebih sadar terhadap aspek kesehatan dan cenderung memilih produk yang dianggap lebih berkualitas atau lebih aman untuk dikonsumsi. Dalam konteks gula pasir premium, konsumen berpendidikan tinggi kemungkinan menilai produk ini lebih higienis, terjamin mutunya, atau sesuai dengan gaya hidup modern dibandingkan gula biasa.

Sementara itu, variabel tampilan fisik, kualitas, dan tempat pembelian tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik. Meskipun secara deskriptif konsumen menyukai kemasan menarik dan tempat pembelian yang nyaman, namun dalam model regresi logistik variabel-variabel tersebut tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan keputusan

pembelian. Hal ini dapat dijelaskan karena faktor-faktor tersebut dianggap sebagai standar minimum oleh konsumen modern, sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam pemilihan produk. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya strategi pemasaran yang berbasis pada segmentasi konsumen, khususnya pada aspek pendidikan dan pendapatan. Produsen gula pasir premium disarankan untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga mengedukasi konsumen tentang nilai tambah dari produk yang ditawarkan, serta menetapkan harga yang kompetitif dengan mempertimbangkan daya beli konsumen sasaran.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap gula pasir premium di pasar modern Kota Malang dipengaruhi secara signifikan oleh tiga variabel utama, yaitu harga, pendapatan, dan pendidikan terakhir. Variabel harga memiliki pengaruh negatif, yang berarti semakin tinggi harga produk, maka semakin rendah kecenderungan konsumen untuk membeli. Sebaliknya, pendapatan dan pendidikan menunjukkan pengaruh positif, di mana konsumen dengan pendapatan lebih tinggi dan tingkat pendidikan yang lebih baik memiliki kecenderungan lebih besar untuk memilih gula pasir premium.

Model regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak secara statistik, dengan hasil uji Hosmer and Lemeshow yang tidak signifikan ($p = 0,356$) dan nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,354, yang berarti model mampu menjelaskan 35,4% variasi keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumen terhadap produk pangan premium tidak hanya dipengaruhi oleh atribut produk, tetapi juga oleh karakteristik sosiodemografis konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah (2002), *Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fitriani, D., & Suryani, T. (2020). Pengaruh pendidikan dan pendapatan terhadap keputusan pembelian produk pangan sehat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 77–88.
- Khoiriyah, N. M. (2023). Faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat terhadap konsumsi minuman sehat di Kota Malang (Skripsi). Universitas Islam Malang.
- Kotler, Philip, 1990, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, implementasi dan Pengendalian*, Jilid II, Edisi Kelima, terjemahan Drs. Jka Wasana, MSM, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing* sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

- Malhotra, N. K. (1993). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Nawawi, H. (1995). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rahmi, D., & Fadjar, A. (2022). The effect of income and lifestyle on consumer purchasing decisions for organic food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 101–110.
- Sutatik. (2016). Preferensi konsumen terhadap gula pasir lokal dan impor terkait dengan karakteristik mutunya: Studi kasus di Kabupaten Trenggalek