



Available online at <http://joseta.faperta.unand.ac.id>

Journal of Socio Economics on Tropical Agriculture (Jurnal Sosial
Ekonomi Pertanian Tropis) (JOSETA)

ISSN: 2686 – 0953 (online)



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MENGGONSUMSI KOPI INSTAN

*Analysis of the Attitude of Students Faculty Agriculture University Andalas about
Consumption of Drinks Chocolate in Padang*

Marta Siasani¹, Melinda Noer², Cipta Budiman³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

³Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

email koresponden: : marthasiasani564@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan (1) Mengidentifikasi karakteristik Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas dalam mengkonsumsi kopi instan (2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas dalam mengkonsumsi kopi instan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan simple random sampling. Probability sampling adalah teknik untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kriteria dalam penelitian ini adalah : a) Mahasiswa Aktif Fakultas Pertanian Universitas Andalas. b) Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang minum kopi instan minimal dua kali atau lebih dalam seminggu.

(1) Karakteristik Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengkonsumsi kopi instan terbanyak berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan yaitu berjumlah 63 orang (66%). Karakteristik berdasarkan usia yang terbanyak yaitu usia 19 tahun berjumlah 33 orang (34). Karakteristik uang saku yang dominan yaitu sebesar <Rp1.000.000 berjumlah 52 orang (54%). (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mengkonsumsi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas andalas yaitu faktor kebudayaan dimana faktor kebudayaan yang diukur dari kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari, faktor sosial dimana faktor sosial yang diukur dari indikator status/kedudukan, pengalaman keluarga dan pengaruh teman dapat diterima dan sesuai dengan latar belakang responden dalam pengambilan keputusan, faktor pribadi dimana faktor pribadi yang diukur dari indikator gaya hidup, kepribadian, dan uang saku, terakhir faktor psikologi dimana faktor psikologi yang diukur dari indikator motivasi, persepsi dan pembelajaran.

Kata Kunci: Kopi Instan, Perilaku Konsumen, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan, Keputusan Mengkonsumsi Kopi

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara pengeksport kopi terbesar ke-empat di dunia setelah Brazil, Colombia dan Vietnam. Kopi merupakan salah satu komoditi andalan perkebunan yang mempunyai peran sebagai penghasil devisa negara, sumber pendapatan bagi petani, penciptaan lapangan kerja, pendorong agribisnis dan agroindustri serta pengembangan wilayah. Kopi juga sudah menjadi salah satu minuman yang paling digemari masyarakat dunia sejak berabad-abad silam, termasuk masyarakat Indonesia. Tradisi meminum kopi yang berasal dari dunia barat pun lambat laun akhirnya diadaptasi oleh masyarakat di Indonesia. Kopi yang identik dengan rasa pahit yang justru menjadi candu bagi kebanyakan orang (Utama, 2017).

Tradisi minum kopi sudah menjadi bagian penting dari gaya hidup sebagian besar orang, karena kopi dianggap mampu mengurangi kepenatan akibat dari banyaknya dan padatnya aktivitas masyarakat sehari-hari. Sampai saat ini kopi merupakan salah satu komoditas minuman yang paling akrab diberbagai lapisan. Konsumsinya yang meluas diberbagai kalangan membuat kopi menarik untuk diteliti.

Permintaan terhadap pembelian kopi instan juga dipengaruhi adanya selera konsumen terhadap kopi. Berbagai macam produk kopi instan yang dijual di pasaran menyebabkan persaingan antar produsen kopi, yang menuntut manajemen perusahaan untuk menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan sikap yang mereka lakukan terhadap atribut kopi sehingga konsumen diharapkan melakukan proses pengambilan keputusan pembelian yang berulang pada produk tersebut.

Dalam menghadapi tingginya persaingan, maka pemasar kopi instan sangat memerlukan pengetahuan yang mendalam mengenai konsumennya. Pengetahuan ini akan mendorong upaya pemasaran yang dilakukan menjadi lebih terfokus dan efektif. Untuk itu produsen kopi instan perlu mengetahui karakteristik konsumennya, tahapan-tahapan dalam

proses keputusan pembelian kopi instan, serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan mengkonsumsi kopi instan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti perlu melakukan suatu penelitian yang berjudul : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Mengonsumsi Kopi Instan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat. Pemilihan tempat ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan belum adanya penelitian terdahulu terkait Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Mengonsumsi kopi instan dan anggapan bahwa mahasiswa pertanian lebih mengetahui tentang kopi. Pertimbangan lainnya yaitu mahasiswa pertanian berpotensi tinggi untuk mengkonsumsi kopi instan karena banyaknya tugas-tugas dan laporan praktikum kuliah, dan juga agar lebih efisien waktu dan energi karena lebih dekat dengan peneliti. Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan terhitung setelah dikeluarkannya surat izin penelitian dari Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei (Nazir,2003)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. *Probability sampling* adalah teknik untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kriteria dalam penelitian ini adalah : a) Mahasiswa Aktif Fakultas Pertanian Universitas Andalas. b)Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang minum kopi instan minimal dua kali atau lebih dalam seminggu. Responden dalam penelitian ini sesuai dengan rumus Slovin (Umar, 2002) yang digunakan dimana

menggunakan batas toleransi kesalahan yaitu 10% didapatkan jumlah responden sebanyak 96 orang.

Analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, interpretasi, dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dengan tujuan agar data yang disajikan mempunyai makna, sehingga pembaca dapat mengetahui hasil penelitian kita (Martono, 2015). Analisis data dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Mendeskripsikan karakteristik Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas dalam mengkonsumsi kopi instan

Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta fenomena yang diselidiki, mengajukan sejumlah pertanyaan kepada konsumen menggunakan kuisisioner dan wawancara (Effendi dan Tukiran, 2012). Kemudian, jawaban responden di kumpulkan lalu dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama untuk masing-masing variabel. Data tersebut dianalisis untuk mendapatkan persentase jumlah responden untuk masing-masing variabel. Data karakteristik konsumen (usia, jenis kelamin, uang saku).

2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas dalam mengkonsumsi kopi instan

Untuk tujuan kedua data yang diperoleh selanjutnya akan dilakukan langkah langkah, yaitu:

- a. *Editing*, yaitu meneliti setiap kuesioner yang terkumpul dan memastikan data terisi lengkap, jelas dan benar.

- b. *Coding*, yaitu pemberian kode dari setiap data yang terkumpul pada setiap pertanyaan didalam kuesioner dengan tujuan memudahkan pengolahan data.
- c. *Entry*, yaitu memasukkan kode jawaban pada program data, dimana data yang berbentuk huruf diubah menjadi angka.
- d. Menghitung frekuensi data kategori berdasarkan jumlah dan kategori yang telah ditentukan untuk setiap variabel.
- e. Perhitungan data, yaitu mengolah data dengan menggunakan *software SPSS v.16.0* dengan menggunakan analisis uji *chi-square*.
- f. Membandingkan hasil χ^2 hitung dengan χ^2 tabel untuk menolak atau menerima hipotesis berdasarkan kriteria pengujian yang telah ditetapkan.

Analisis *Crosstab* dengan Uji *Chi-Square*

Tabel tabulasi silang (*Crosstabulation Tables*), atau biasa disingkat tabel silang (*Crosstab*) merupakan alat statistik yang dapat digunakan untuk melihat hubungan dari kombinasi dua atau lebih variabel (Simamora, 2005). Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam mengkonsumsi kopi instan, yaitu: faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi sebagai variabel bebas dan keputusan mengkonsumsi sebagai variabel terikat, didalam lembaran kuisisioner yang diajukan dalam bentuk skala *guttman*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas

Universitas Andalas memiliki 15 fakultas yang tersebar pada Kampus I Unand yang terletak di Limau Manis Padang, salah satunya Fakultas Pertanian. Fakultas Pertanian memiliki lima program studi yaitu Agroteknologi, Sosial Ekonomi Pertanian, Ilmu Tanah, Penyuluhan Pertanian, dan Proteksi Tanaman. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa aktif Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengkonsumsi kopi instan sebanyak 96 mahasiswa.

Gambaran Umum Responden Penelitian

Karakteristik Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang mengkonsumsi kopi instan terbanyak berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan yaitu berjumlah 63 orang (66%). Karakteristik berdasarkan usia yang terbanyak yaitu usia 19 tahun berjumlah 33 orang (34%). Karakteristik uang saku yang dominan yaitu sebesar <Rp 1.000.000 berjumlah 52 orang (54%).

1. Faktor Kebudayaan

Penilaian responden terhadap variabel faktor kebudayaan menunjukkan bahwa jumlah responden yang menyatakan terpengaruh dalam mengkonsumsi kopi instan sebanyak 69 orang (72%) dan sebanyak 27 orang (28%) yang menyatakan tidak adanya pengaruh faktor kebudayaan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kebudayaan mempengaruhi mahasiswa untuk mengkonsumsi kopi instan. Menurut Setiadi (2013), Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

2. Faktor Sosial

Penilaian responden terhadap variabel faktor sosial menunjukkan bahwa jumlah responden yang menyatakan terpengaruh dalam mengkonsumsi kopi instan sebanyak 70 orang (73%) dan sebanyak 26 orang (27%) yang menyatakan tidak adanya pengaruh faktor sosial. Hal ini menunjukkan bahwa

faktor sosial mempengaruhi mahasiswa untuk mengkonsumsi kopi instan. Menurut Rudito (2008) dalam Urfana (2013), faktor sosial adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai acuan dalam berinteraksi antar manusia dalam konteks masyarakat atau komunitas, sebagai acuan berarti mengatur tindakan-tindakan yang dimunculkan oleh individu-individu sebagai anggota suatu masyarakat. Setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya selalu bersosialisasi atau berhubungan dengan orang lain. oleh lingkungan sosialnya dan mempengaruhi lingkungan sosialnya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial (Kotler, 2005).

3. Faktor Pribadi

Penilaian responden terhadap variabel faktor pribadi menunjukkan bahwa jumlah responden yang menyatakan terpengaruh dalam mengkonsumsi kopi instan sebanyak 86 orang (90%) dan sebanyak 10 orang (10%) yang menyatakan tidak adanya pengaruh faktor pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pribadi mempengaruhi mahasiswa untuk mengkonsumsi kopi instan terutama pada item mengkonsumsi kopi instan karena harga terjangkau dan karena praktis. Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan (Lamb, 2001) dalam (Supriyono, 2015). Menurut Suryani (2013) kepribadian juga dipandang sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu yang melibatkan berbagai proses psikologis yang akan menentukan kecenderungan dan respon seseorang terhadap lingkungan

4. Faktor Psikologi

Penilaian responden terhadap variabel faktor psikologi menunjukkan bahwa jumlah responden yang menyatakan terpengaruh dalam mengkonsumsi kopi instan sebanyak 75 orang (78%) dan sebanyak 21 orang (22%) yang menyatakan tidak adanya pengaruh faktor psikologi. Hal ini menunjukkan

bahwa faktor psikologi mempengaruhi mahasiswa untuk mengkonsumsi kopi instan. Faktor psikologis merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan-keinginan yang berasal dari dirinya sendiri untuk menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya (Mangkunegara, 2002) dalam (Urfana, 2013).

5. Keputusan Mengkonsumsi

Penilaian responden terhadap variabel faktor keputusan mengkonsumsi menunjukkan bahwa jumlah responden yang menyatakan adanya pengaruh variabel keputusan mengkonsumsi sebanyak 76 orang (79%) dan sebanyak 20 orang (21%) yang menyatakan tidak ada pengaruh variabel keputusan mengkonsumsi. Hal ini menunjukkan kebanyakan responden melakukan keputusan untuk mengkonsumsi kopi instan. Menurut Amirullah (2002) keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Hubungan Antar Variabel Menggunakan Uji *Chi-Square*

Untuk melihat hubungan antara faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi dengan keputusan mengkonsumsi, maka digunakan alat analisis statistika yaitu Uji *Chi-Square* dan didapatkan hasil pada penelitian yaitu :

1. Hubungan Faktor Kebudayaan dan Keputusan Mengkonsumsi Konsumen

Responden yang menyatakan adanya pengaruh kebudayaan dan memutuskan mengkonsumsi sebanyak 64 orang dengan persentase sebesar 67%. Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menggunakan uji *ChiSquare* yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara

variabel kebudayaan dengan keputusan mengkonsumsi diperoleh nilai hasil *Chi-Square*, yaitu sebesar $27.46 > 3.84$ ($\alpha = 0.05$, $df = 1$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara faktor kebudayaan terhadap keputusan mengkonsumsi.

2. Hubungan Faktor sosial dan Keputusan Mengkonsumsi Konsumen

Responden yang menyatakan adanya pengaruh faktor sosial dan memutuskan mengkonsumsi sebanyak 59 orang dengan persentase sebesar 61%. Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menggunakan uji *Chi-Square* (yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel faktor sosial dengan keputusan mengkonsumsi diperoleh nilai hasil *Chi-Square*, yaitu sebesar $4.11 > 3.84$ ($\alpha = 0.05$, $df = 1$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara faktor sosial terhadap keputusan mengkonsumsi.

3. Hubungan Faktor pribadi Dan Keputusan Mengkonsumsi Konsumen

Responden yang menyatakan adanya pengaruh faktor pribadi dan memutuskan mengkonsumsi sebanyak 73 orang dengan persentase sebesar 76%. Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menggunakan uji *Chi-Square* (Lampiran 7) yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel faktor pribadi dengan keputusan mengkonsumsi diperoleh nilai hasil *Chi-Square*, yaitu sebesar $29.56 > 3.84$ ($\alpha = 0.05$, $df = 1$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara faktor pribadi terhadap keputusan mengkonsumsi.

4. Hubungan Faktor Psikologi dan Keputusan Mengkonsumsi Konsumen

Responden yang menyatakan adanya pengaruh faktor psikologi dan memutuskan mengkonsumsi sebanyak 63 orang dengan persentase sebesar 66%. Berdasarkan hasil analisis statistik dengan

menggunakan uji *Chi-Square* (Lampiran 8) yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel faktor psikologi dengan keputusan mengkonsumsi diperoleh nilai hasil *ChiSquare*, yaitu sebesar $29.56 > 3.84$ ($\alpha = 0.05$, $df = 1$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara faktor psikologi terhadap keputusan mengkonsumsi.

KESIMPULAN

1. Karakteristik Mahasiswa Fakultas Pertanian Univeristas Andalas yang mengkonsumsi kopi instan terbanyak berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan yaitu berjumlah 63 orang (66%). Karakteristik berdasarkan usia yang terbanyak yaitu usia 19 tahun berjumlah 33 orang (34). Karakteristik uang saku yang dominan yaitu sebesar <Rp1.000.000 berjumlah 52 orang (54%).
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mengkonsumsi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas andalas yaitu faktor kebudayaan dimana faktor kebudayaan yang diukur dari kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari, faktor sosial dimana faktor sosial yang diukur dari indikator status/kedudukan, pengalaman keluarga dan pengaruh teman dapat diterima dan sesuai dengan latar belakang responden dalam pengambilan keputusan, faktor pribadi dimana faktor pribadi yang diukur dari indikator gaya hidup, kepribadian, dan uang saku, terakhir faktor psikologi dimana faktor psikologi yang diukur dari indikator motivasi, persepsi dan pembelajaran

Saran

1. Diharapkan dengan hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan bagi produsen dan konsumen kopi instan.
2. Dalam penelitian terdapat empat faktor yang berpengaruh signifikan pada keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi instan yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Diharapkan dengan hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan bagi produsen kopi instan dan terus meningkatkan kualitas kopi instan yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah .2002. Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama. Jakarta : Graha Ilmu.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. 2012. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran: Edisi Kesebelas. Jakarta: Prenhallindo.
- Mangkunegara, A. P. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Martono, N. 2015. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: PT Raja Grafindo. 427 hal.
- Nazir, Moh. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: PT Penerbit Ghalia Indonesia.
- Rudito, B., Budimanta, A., Prasetyo, A. 2008. *Corporate Social Responsibility*: Alternatif bagi Pembangunan Indonesia. Jakarta: ICSD.
- Setiadi, N. J. 2013. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Simamora, B. 2005. Analisis Mulivariat Pemasaran Edisi Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono & Iskandar, D. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret. Jurnal STIE AUB Surakarta Vol.2. No. 3. ISSN: 2337-5965.
- Suryani, T. & Fauzi, A, A. 2013. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Urfana, M. & Sembiring, B. K. 2013. Analisis Faktor Pengaruh Kebudayaan Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Konsumen *Kentucky Fried Chicken (KFC)* Walikota Medan. Media Informasi Manajemen, 1(3), 1-10.
- Umar, H. 2002. Metodologi Penelitian. Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Utama, D. A. 2017. Analisis Sikap dan Kepuasan Konsumen terhadap Kopi Instan Nescafe dan Torabika pada Mahasiswa di Universitas Lampung [Skripsi]. Fakultas Pertanian Universitas Lampung Bandar Lampung.