

**Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi Dan Motivasi Terhadap Persepsi
Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah
Kecamatan Tambusai**

***The Influence of Social, Cultural, Personal, and Motivational Factors on
Perceptions of Non-Rice Staple Food Consumption in Tambusai District***

Wulan Windari^{1*}, Arrafiqur Rahman², Makmur³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian

Email: wulandari56253@gmail.com¹, arrafiqurrahman@upp.ac.id², makmurmgt@gmail.com³

Article Info**Article history :**

Received : 28-07-2025

Revised : 29-07-2025

Accepted : 01-08-2025

Pulished : 03-08-2025

Abstract

This study aims to determine the influence of social, cultural, personal and motivational factors simultaneously on the perception of non-rice staple food consumption in the Tambusai District area. The population in this study was the entire community of Tambusai District, Rokan Hulu Regency in 2023 based on data from the Central Statistics Agency (BPS) of Rokan Hulu, amounting to 60,878 people. The research sample used a purposive sampling technique, with a total of 270 people. The independent variables in this study were social, cultural, personal and motivational factors, the dependent variable (Y) was consumption perception. The data collection method used a questionnaire. Data analysis using multiple linear regression obtained results of $Y = 1.446 + 0.356 X_1 + 0.516 X_2 + 0.273 X_3 + 0.591 X_4 + e$. Based on the results of partial testing, it is known that social, cultural, personal and motivational factors have a significant influence on consumption perception, where the significant value indicates that it is smaller than the significance level of 0.05. The calculation of the coefficient of determination shows that the magnitude of the influence of social, cultural, personal and motivational factors together has a positive influence on consumption perception of 69.8%, while the remaining 30.2% is influenced by other variables not studied.

Keywords: *social, cultural, personal, motivational*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, budaya, pribadi dan motivasi secara simultan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2023 berdasarkan data BPS Rokan Hulu sebanyak 60.878 jiwa. Sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sebanyak 270 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini faktor sosial, budaya, pribadi dan motivasi, variabel terikat (Y) persepsi konsumsi. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda diperoleh hasil sebesar $Y = 1,446 + 0,356 X_1 + 0,516 X_2 + 0,273 X_3 + 0,591 X_4 + e$. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa faktor sosial, budaya, pribadi dan motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumsi, dimana nilai signifikan menunjukkan bahwa lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Pada perhitungan koefisien determinasi diperoleh menunjukkan bahwa besarnya pengaruh faktor sosial, budaya, pribadi dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap persepsi konsumsi adalah sebesar 69,8%, sedangkan 30,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : faktor sosial, budaya, pribadi, motivasi

PENDAHULUAN

Mayoritas masyarakat Indonesia mengonsumsi beras sebagai bahan makanan pokok, namun hingga saat ini pemerintah belum mampu memenuhi kebutuhan beras nasional. Jumlah penduduk yang kian bertambah disandingkan dengan situasi geografis yang seringkali tidak menentu menciptakan besarnya permintaan yang tidak sebanding dengan penawaran beras. Hal ini mendorong diversifikasi pangan pokok menjadi suatu alternatif yang mulai dilirik oleh konsumen beras (Mustofa, 2019).

Ketersediaan Pangan untuk konsumsi rumah tangga yang ditunjukkan Tabel 2 cenderung mengalami peningkatan. Ketersediaan beras untuk konsumsi rumah tangga mengalami peningkatan sebesar 2,47 %, sedangkan rata-rata ketersediaan pangan non beras adalah 17,372%. Hal tersebut menunjukkan bahwa laju pertumbuhan ketersediaan pangan untuk konsumsi rumah tangga lebih signifikan pangan pokok non beras dari pada beras.

Tabel 1. Ketersediaan Konsumsi Pangan Pokok Per Kapita di Indonesia Tahun 2019-2023

Konsumsi (Kg/Kapita)	Konsumsi (Kg/Kapita/Tahun)					Laju Pertumbuhan (%)
	2019	2020	2021	2022	2023	
Beras	147,91	153,42	157,50	162,08	163,02	2,47
Jagung	42,56	52,15	54,05	55,23	55,43	7,18
Ubi Kayu	17,76	91,27	28,42	44,31	43,81	99,96
Ubi Jalar	7,31	7,21	7,80	7,45	7,86	1,96
Sagu	0,80	0,57	0,46	0,28	0,29	-20,90
Kentang	4,18	4,42	4,82	4,22	3,99	-1,34

Sumber : Neraca Bahan Pangan, BKP Kementan 2023

Tabel 1. mencerminkan ketersediaan konsumsi pangan pokok per kapita di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023, menunjukkan tren yang bervariasi di antara berbagai komoditi. Beras tetap menjadi komoditi utama dengan pertumbuhan stabil sebesar 2,47%, mencerminkan ketahanan konsumsi yang baik. Jagung juga menunjukkan peningkatan yang signifikan dengan laju pertumbuhan 7,18%, menandakan peningkatan produksi atau perubahan preferensi konsumsi. Ubi kayu mencatat pertumbuhan luar biasa sebesar 99,96% di tahun 2020, namun mengalami penurunan pada tahun-tahun berikutnya, sedangkan ubi jalar tetap stabil meskipun pertumbuhannya moderat. Di sisi lain, sagu dan kentang mengalami penurunan konsumsi, masing-masing dengan laju -20,90% dan -1,34%, yang mencerminkan pergeseran pola konsumsi masyarakat. Mengacu pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2, jumlah ketersediaan untuk pangan pokok non beras untuk rumah tangga lebih banyak dari jumlah konsumsinya, sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumsi rumah tangga untuk pangan pokok non beras baiknya ditingkatkan lagi sehingga kegiatan diversifikasi pangan dapat berjalan dengan maksimal.

Hasil studi Harya dalam Ariani (2018) menjelaskan bahwa belum optimalnya diversifikasi pangan salah satunya yaitu karena terdapat faktor psikologis yang sangat mempengaruhi. Faktor-faktor psikologis tersebut yaitu budaya makan nasi yang sudah sulit diubah, merasa belum makan jika belum makan nasi, perasaan gengsi karena beras menjadi indikator kesejahteraan masyarakat, dan rasa nasi yang cocok di lidah masyarakat Indonesia. Mengingat faktor-faktor psikologis

tersebut alangkah tepat jika kita mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pangan pokok non-beras.

Diversifikasi pangan ini harus menghadapi beberapa kendala, salah satunya ialah persepsi sebagian besar masyarakat Indonesia yang sudah sangat lekat dengan beras sebagai pangan pokok. Sikap masyarakat terhadap bahan pangan non beras akan mempengaruhi persepsi masyarakat. Perilaku konsumsi ini dilihat dari apakah mereka mengonsumsi bahan pangan tersebut atau tidak dan juga apakah mereka menganggapnya sebagai bahan pangan pokok.

Faktor-faktor yang berpengaruh pada persepsi di antaranya adalah faktor sosial, Faktor sosial seperti keluarga dan status sosial berpengaruh pada persepsi dan perilaku konsumen. (Kotler dan Keller, 2019). Lingkungan sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pola konsumsi pangan masyarakat. Interaksi sosial, struktur keluarga, kelompok referensi, dan status sosial ekonomi secara fundamental mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih dan mengonsumsi pangan pokok. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa individu cenderung menyesuaikan preferensi pangan mereka dengan norma-norma yang berlaku dalam kelompok sosialnya, termasuk dalam konteks konsumsi pangan non beras.

Dinamika sosial yang kompleks turut mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumsi pangan. Jaringan sosial, pengaruh teman sebaya, dan perubahan struktur masyarakat modern memainkan peran penting dalam mendorong pergeseran preferensi konsumsi pangan pokok. Proses sosialisasi dan pertukaran informasi dalam berbagai kelompok sosial dapat mempercepat adopsi pola konsumsi pangan alternatif yang sebelumnya tidak familiar atau dianggap tidak konvensional.

Faktor selanjutnya adalah kebudayaan yang merupakan faktor penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk kebiasaan konsumsi pangan masyarakat. Setiap kelompok etnis dan budaya memiliki warisan kuliner dan sistem kepercayaan yang unik yang secara mendalam memengaruhi pilihan dan preferensi pangan. Sistem nilai budaya, tradisi kuliner, upacara adat, dan praktik sosial budaya berperan sentral dalam menentukan persepsi dan sikap masyarakat terhadap berbagai jenis pangan pokok, termasuk pangan non beras.

Transformasi budaya yang terjadi akibat globalisasi, modernisasi, dan pergeseran demografis turut memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan pola konsumsi pangan. Proses akulturasi dan interaksi lintas budaya memungkinkan masyarakat untuk mengadopsi variasi pangan pokok baru, mengeksplorasi alternatif konsumsi, dan melakukan inovasi dalam praktik kuliner. Hal ini menciptakan ruang dinamis bagi pengembangan persepsi dan preferensi konsumsi pangan yang lebih beragam dan adaptif.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap persepsi adalah faktor pribadi. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli (Setiadi, 2019). Karakteristik individual memainkan peran penting dalam menentukan pilihan konsumsi pangan. Usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian setiap individu berkontribusi secara unik terhadap preferensi dan keputusan konsumsi pangan pokok. Faktor pribadi ini membentuk persepsi dan sikap konsumen dalam memilih jenis pangan yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik mereka. Pertimbangan personal

seperti kesehatan, preferensi rasa, kemudahan akses, dan aspek ekonomis turut memengaruhi keputusan konsumsi pangan non beras. Setiap individu memiliki preferensi dan pertimbangan yang berbeda berdasarkan pengalaman pribadi, pengetahuan, dan konteks kehidupannya. Hal ini menciptakan variasi yang kompleks dalam pola konsumsi pangan, di mana faktor-faktor subjektif berinteraksi dengan faktor eksternal dalam membentuk pilihan konsumen.

Faktor terakhir adalah motivasi. Motivasi konsumen merupakan aspek psikologis yang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi pangan. Dorongan internal seperti kebutuhan akan nutrisi, kesehatan, keamanan pangan, dan keinginan untuk mencapai status sosial tertentu memengaruhi pilihan konsumen dalam memilih pangan pokok. Motivasi yang beragam ini menciptakan dinamika kompleks dalam persepsi dan preferensi konsumsi pangan non beras.

Faktor psikologis seperti persepsi kualitas, citra merek, inovasi produk, dan tren konsumsi turut berkontribusi dalam membentuk motivasi konsumen. Kesadaran akan keberagaman pangan, nilai-nilai berkelanjutan, dan pertimbangan etis dalam konsumsi semakin mempengaruhi motivasi individu untuk mengeksplorasi alternatif pangan pokok. Hal ini mendorong terjadinya perubahan dinamis dalam pola konsumsi pangan, di mana motivasi individual berinteraksi dengan konteks sosial dan budaya yang lebih luas.

Kecamatan Tambusai merupakan wilayah administrasi yang terletak di Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, dengan karakteristik geografis yang unik dan kompleks. Wilayah ini mencakup area seluas kurang lebih 1.138,87 kilometer persegi, yang didominasi oleh bentang alam perkebunan, hutan, dan lahan pertanian. Topografi daerah ini didominasi oleh dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 50-100 meter di atas permukaan laut, yang memberikan kondisi lingkungan yang relatif kondusif untuk pengembangan berbagai jenis tanaman dan kegiatan pertanian.

Komposisi demografis Kecamatan Tambusai menunjukkan dinamika kependudukan yang kompleks dan beragam, dengan total jumlah penduduk sekitar 60.878 jiwa yang tersebar dalam 12 desa dan 2 kelurahan. Struktur umur penduduk didominasi oleh kelompok usia produktif (15-64 tahun) yang mencapai 68% dari total populasi, dengan proporsi penduduk muda (0-14 tahun) sekitar 22% dan lansia (di atas 65 tahun) mencapai 10%. Komposisi ini menggambarkan potensi sumber daya manusia yang signifikan dalam mendukung pembangunan dan pengembangan wilayah. Berdasarkan data BPS Rokan Hulu, diketahui bahwa Kecamatan Tambusai hanya memiliki hasil produksi pangan nonberas berupa pisang, adapun datanya dapat dilihat pada Tabel 2. berikut:

Tabel 2. Produksi jenis Tanaman Pangan Di Kecamatan Tambusai

Jenis tanaman	Jumlah Produksi (Kuintal)			
	2018	2019	2020	2021
Pisang	1.484	1.273	600	408

Sumber: <https://rohulkab.bps.go.id>, 2023

Pola konsumsi pangan di Kecamatan Tambusai saat ini masih sangat didominasi oleh beras sebagai sumber karbohidrat utama, dengan konsumsi rata-rata mencapai 110-120 kg per kapita per tahun. Meskipun demikian, terdapat kecenderungan mulai berkembangnya diversifikasi konsumsi pangan melalui alternatif seperti singkong, jagung, sagu, dan umbi-umbian lainnya. Faktor budaya,

ketersediaan bahan pangan, dan tingkat pendapatan masyarakat menjadi determinan utama dalam menentukan komposisi dan variasi konsumsi pangan di wilayah ini.

Transformasi pola konsumsi pangan di Kecamatan Tambusai menunjukkan dinamika yang menarik, di mana generasi muda mulai mengadopsi pola konsumsi yang lebih beragam dan modern. Penelitian pendahuluan mengungkapkan bahwa sekitar 35% rumah tangga telah mulai memvariasikan konsumsi pangannya dengan alternatif non-beras, terutama pada kelompok masyarakat dengan tingkat pendidikan dan pendapatan yang lebih tinggi. Pergeseran ini dipengaruhi oleh akses informasi, perubahan gaya hidup, dan kesadaran akan keragaman pangan yang semakin meningkat, yang menciptakan potensi baru dalam pengembangan konsumsi pangan alternatif di wilayah tersebut.

Motivasi masyarakat untuk beralih dari konsumsi beras ke pangan non-beras dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah kesadaran akan pentingnya diversifikasi pangan untuk meningkatkan kesehatan dan nutrisi. Dengan meningkatnya pengetahuan tentang gizi, banyak individu mulai menyadari bahwa konsumsi beras yang berlebihan dapat berisiko bagi kesehatan, seperti obesitas dan diabetes. Selain itu, faktor ekonomi juga memainkan peran penting; fluktuasi harga beras yang tinggi mendorong masyarakat untuk mencari alternatif yang lebih terjangkau, seperti jagung, sereal, atau umbi-umbian.

Tantangan konsumsi pangan di wilayah ini juga mencakup isu kerentanan pangan, ketidakstabilan harga, dan aksesibilitas. Sekitar 20% rumah tangga di Kecamatan Tambusai dikategorikan dalam kelompok rawan pangan, dengan pendapatan yang tidak mampu sepenuhnya menjamin kebutuhan gizi keluarga. Faktor sosial ekonomi, keterbatasan akses informasi, dan minimnya intervensi kebijakan pemberdayaan pangan lokal menjadi akar permasalahan yang kompleks.

Berdasarkan hasil prasurvei, permasalahan ataupun alasan ketergantungan tinggi masyarakat terhadap beras sebagai pangan pokok utama, maka peneliti melakukan observasi. Berdasarkan hasil observasi dilapangan, diketahui permasalahan dari segi faktor sosial adalah masyarakat Kecamatan Tambusai masih sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang cenderung mempertahankan kebiasaan konsumsi beras sebagai pangan pokok, sehingga sulit untuk mengubah pola konsumsi dan menerima alternatif pangan non beras. Interaksi sosial dan pengaruh kelompok menjadi hambatan utama dalam memvariasikan konsumsi pangan.

Permasalahan dari faktor budaya adalah budaya makan berbasis beras telah berakar kuat dalam tradisi masyarakat setempat. Warisan kuliner dan kebiasaan turun-temurun menjadikan beras sebagai simbol utama ketahanan pangan dan status sosial, yang menyulitkan proses pengenalan dan penerimaan pangan pokok alternatif. Permasalahan dari faktor pribadi berupa karakteristik individu dalam masyarakat Kecamatan Tambusai menunjukkan keengganan untuk mencoba pangan pokok non beras, dipengaruhi oleh faktor usia, pendidikan, kondisi ekonomi, dan pengalaman pribadi yang membatasi keterbukaan terhadap pilihan pangan baru.

Selanjutnya permasalahan dari faktor motivasi berupa rendahnya motivasi masyarakat untuk mengkonsumsi pangan pokok non beras disebabkan oleh kurangnya pemahaman akan manfaat dan keunggulan alternatif pangan tersebut. Kurangnya sosialisasi, informasi, dan insentif yang

mendorong perubahan pola konsumsi menjadi penghalang utama dalam mengubah persepsi dan perilaku konsumsi pangan.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang ada, secara tidak langsung mempengaruhi persepsi konsumsi pangan pokok non beras berupa masyarakat Kecamatan Tambusai memiliki persepsi yang masih negatif terhadap pangan pokok non beras, menganggap alternatif pangan tersebut kurang bergengsi, tidak praktis dalam penyiapan, dan tidak memenuhi selera serta kebutuhan gizi yang sama dengan beras. Berikut merupakan data hasil pra-survei mengenai variabel persepsi konsumsi yang diperoleh peneliti dari hasil pembagian 20 kuesioner secara acak kepada masyarakat Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu:

Tabel 3. Hasil Pra Survei Persepsi Konsumsi

No	Pernyataan	Tingkat Kesetujuan	
		TS	S
1.	Pangan pokok non beras memiliki nilai gizi yang sama dengan beras	11	9
2.	Menyiapkan pangan pokok non beras lebih sulit dibandingkan dengan beras.	2	18
3.	Pangan pokok non beras terlihat kurang bergengsi dibandingkan dengan beras	18	2

Sumber: Data Pra Survei (diolah), 2025

Berdasarkan hasil prasurvei, terdapat beberapa pernyataan yang menunjukkan tingkat kesetujuan masyarakat terhadap pangan pokok non beras. Pernyataan bahwa "pangan pokok non beras memiliki nilai gizi yang sama dengan beras," terdapat 11 responden yang tidak setuju dan 9 yang setuju. Meskipun ada beberapa responden yang mengakui nilai gizi pangan non beras, angka yang lebih tinggi pada ketidaksetujuan menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang meragukan kualitas gizi alternatif tersebut, hal ini karena kurangnya informasi atau pemahaman mengenai kandungan gizi pangan non beras. Pernyataan "menyiapkan pangan pokok non beras lebih sulit dibandingkan dengan beras" mendapat hasil yang mencolok, dengan 2 responden tidak setuju dan 18 setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat merasa bahwa proses penyiapan pangan non beras dianggap lebih rumit dan memakan waktu, yang bisa menjadi faktor penghambat dalam adopsi alternatif tersebut. Kesulitan ini berkaitan dengan kebiasaan dan keterampilan yang lebih familiar dengan beras.

Pernyataan "pangan pokok non beras terlihat kurang bergengsi dibandingkan dengan beras," hasilnya menunjukkan 18 responden setuju dan hanya 2 yang tidak setuju. Ini mencerminkan pandangan sosial yang kuat di masyarakat, di mana beras dianggap sebagai simbol status dan kualitas. Stigma ini bisa disebabkan oleh tradisi yang mengaitkan beras dengan *prestise*, sehingga pangan non beras dianggap kurang menarik dalam lingkup sosial dan budaya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut dalam pengamatan penulis, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi Dan Motivasi Terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Kecamatan Tambusai".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini seluruh masyarakat Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2023 berdasarkan data BPS Rokan Hulu sebanyak 60.878 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 270 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) yang akan diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data terdiri dari uji deskriptif dengan menggunakan TCR, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2) serta pengujian hipotesis menggunakan Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa butir pernyataan terkait variable faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor motivasi dan persepsi konsumsi yang terdiri dari 32 pernyataan, dinyatakan valid. Validitas ini ditunjukkan oleh hasil perhitungan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu 0,138. Hal ini mengindikasikan bahwa semua pernyataan tersebut memiliki konsistensi dan relevansi yang tinggi dalam mengukur variable penelitian, sehingga dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai hubungan antara faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor motivasi dan persepsi konsumsi. Berdasarkan atas pengujian reliabilitas semua butir pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hal ini didasarkan pada nilai α hitung yang lebih besar dari 0,60, yang merupakan ambang batas yang umum digunakan untuk menilai konsistensi internal suatu instrument penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner ini mampu memberikan hasil yang konsisten ketika diukur pada waktu yang berbeda. Reliabilitas yang kuat ini memberikan keyakinan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan dalam menggali informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan nilai TCR berdasarkan tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 1 yang menyatakan “Saya sering mendiskusikan pilihan konsumsi pangan pokok non beras dengan teman atau sahabat saya” dengan nilai TCR sebesar 81,93% pada kriteria baik. Kalimat tersebut merujuk pada responden yang memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan bahwa mereka sering mendiskusikan pilihan konsumsi pangan pokok non-beras dengan teman atau sahabat. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial dan komunikasi di antara individu berperan penting dalam pengambilan keputusan terkait konsumsi pangan. Responden yang sering berdiskusi dengan teman atau sahabat mengalami pengaruh dalam memilih jenis pangan pokok non-beras, baik dari segi informasi, rekomendasi, maupun pertimbangan budaya dan sosial. Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 4 yaitu “Status sosial saya mempengaruhi pilihan saya dalam membeli pangan pokok non beras” dengan nilai TCR sebesar 77,41% dengan kriteria baik menunjukkan bahwa banyak responden merasa bahwa faktor status sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mereka dalam memilih pangan pokok. Hal ini mencerminkan pandangan bahwa preferensi dan kebiasaan konsumsi lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti ketersediaan, harga, atau informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial mereka.

Berdasarkan nilai TCR tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 8 yang menyatakan “Perubahan selera dan teknologi baru telah mempengaruhi cara saya memilih produk pangan pokok non beras” dengan nilai TCR sebesar 81,93% pada kriteria baik. Kalimat tersebut merujuk pada sebagian besar responden mengakui bahwa tren terbaru dalam selera konsumen dan kemajuan teknologi, seperti inovasi dalam metode produksi dan distribusi pangan, telah mempengaruhi pilihan mereka. Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 11 yaitu “Saya sering mendengarkan pendapat orang lain tentang produk pangan pokok non beras sebelum memutuskan untuk membeli” dengan nilai TCR sebesar 74,4% dengan kriteria baik. Hal ini mencerminkan sikap mandiri atau kepercayaan diri yang tinggi dalam memilih produk pangan, di mana responden lebih mengandalkan pengalaman pribadi, pengetahuan, atau informasi yang mereka peroleh secara langsung daripada faktor eksternal seperti rekomendasi dari orang lain.

Berdasarkan nilai TCR tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 22 yang menyatakan “Saya percaya bahwa pilihan pangan pokok non beras yang saya buat mencerminkan konsep diri dan nilai-nilai saya” dengan nilai TCR sebesar 82,37% pada kriteria baik. Kalimat tersebut merujuk bahwa sebagian besar responden merasa bahwa pilihan mereka terhadap pangan pokok non beras tidak hanya sekadar keputusan konsumsi, tetapi juga merupakan refleksi dari identitas dan nilai-nilai pribadi mereka. Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 19 yaitu “Gaya hidup saya yang aktif mendorong saya untuk memilih pangan pokok non beras yang sehat” dengan nilai TCR sebesar 76,74% dengan kriteria baik. Kalimat ini mengindikasikan adanya beberapa tantangan atau hambatan dalam mengaitkan gaya hidup aktif dengan pilihan pangan non beras yang sehat. Ini mencerminkan bahwa tidak semua responden merasa bahwa aktivitas fisik mereka secara langsung memengaruhi keputusan mereka dalam memilih pangan.

Berdasarkan nilai TCR tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 23 yang menyatakan “Saya memilih produk pangan pokok non beras berdasarkan pertimbangan logis dan analisis biaya-manfaat” dengan nilai TCR sebesar 81,19% pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung membuat keputusan yang rasional dan terinformasi saat memilih pangan pokok non beras. Kepercayaan ini mencerminkan kesadaran konsumen akan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi, seperti harga dan nilai gizi, sebelum melakukan pembelian. Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 26 yaitu “Emosi saya mempengaruhi pilihan saya dalam konsumsi pangan pokok non beras, seperti membeli produk yang membuat saya merasa bahagia” dengan nilai TCR sebesar 74,4% dengan kriteria baik. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa responden lebih cenderung membuat keputusan berdasarkan pertimbangan rasional, seperti nilai gizi dan biaya, dibandingkan dengan faktor emosional.

Berdasarkan nilai TCR tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 31 yang menyatakan “Saya cenderung menilai produk pangan pokok non beras berdasarkan pengalaman dan informasi yang saya miliki” dengan nilai TCR sebesar 81,93% pada kriteria baik. Tanggapan ini mencerminkan pendekatan yang informatif dan reflektif dalam pengambilan keputusan, di mana konsumen tidak hanya mengandalkan rekomendasi dari pihak lain atau iklan, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman langsung mereka dengan produk. Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 29 yaitu “Saya memiliki pendapat pribadi

tentang jenis pangan pokok non beras yang lebih baik untuk kesehatan” dengan nilai TCR sebesar 74,96% dengan kriteria baik. Meskipun sebagian besar responden setuju bahwa mereka memiliki pendapat pribadi mengenai pilihan pangan pokok non beras untuk kesehatan, nilai TCR yang lebih rendah menunjukkan bahwa masih ada keraguan atau ketidakpastian di antara beberapa responden tentang jenis pangan yang dianggap paling sehat.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

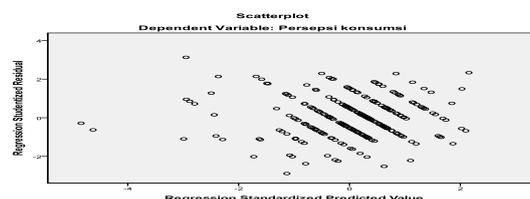
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		270
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97522105
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,044
Kolmogorov-Smirnov Z		,850
Asymp. Sig. (2-tailed)		,465

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan data spss, 2025

Berdasarkan tampilan output pada Tabel 4, hasil uji normalitas menunjukkan nilai sebesar 0,465, yang mengindikasikan bahwa nilai Asymp. Sig (2-Tailed) lebih besar dari 0,05. Sesuai dengan kriteria yang diuraikan oleh Sugiyono (2019), hal ini menyiratkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi distribusi normal. Keterpenuhan asumsi normalitas ini merupakan aspek krusial dalam analisis statistik, mengingat banyak teknik analisis, seperti analisis regresi dan uji t, mengharuskan data mengikuti distribusi normal agar hasil yang diperoleh dapat dianggap valid. Oleh karena itu, adanya distribusi normal dalam data ini memberikan landasan yang kuat untuk melanjutkan analisis dengan metode statistik yang relevan.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan data spss, 2025

Dari grafik *scatterplot* yang ada pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Artinya tidak terbentuk pola yang jelas. pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tab 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients				Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,446	,952	1,520	,130		
Faktor sosial	,356	,056	6,357	,000	,296	3,381
Faktor budaya	,516	,045	11,426	,000	,417	2,395
Faktor pribadi	,273	,044	6,213	,000	,254	3,937
Motivasi	,591	,056	10,630	,000	,474	2,111

Sumber: Pengolahan data spss, 2025

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa tidak ada variable independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antar variable independen dalam penelitian ini. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk semua variable independen juga lebih kecil dari 10, yang merupakan indikasi bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas di antara variabel-variabel tersebut dalam model regresi. Keberadaan multikolinearitas dapat mengganggu validitas analisis regresi dengan menyebabkan kesulitan dalam menentukan pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen. Oleh karenanya, hasil ini memberikan keyakinan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah robust dan hasil analisis dapat diandalkan untuk menarik kesimpulan mengenai hubungan antar variabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients				Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,446	,952	1,520	,130		
Faktor sosial	,356	,056	6,357	,000	,296	3,381
Faktor budaya	,516	,045	11,426	,000	,417	2,395
Faktor pribadi	,273	,044	6,213	,000	,254	3,937
Motivasi	,591	,056	10,630	,000	,474	2,111

Sumber: Pengolahan data spss, 2025

Adapun model dapat dituliskan dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,446 + 0,356 X_1 + 0,516 X_2 + 0,273 X_3 + 0,591 X_4 + e$$

Dari persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta sebesar 1,446 menyatakan bahwa jika nilai faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan motivasi nilainya adalah 0, maka persepsi konsumsi (Y) nilainya 1,446.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,356 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% faktor sosial akan meningkatkan persepsi konsumsi sebesar 0,356. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor sosial dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan persepsi konsumsi dan terjadi hubungan positif yaitu dengan adanya kenaikan faktor sosial, maka persepsi konsumsi akan meningkat.

3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,516 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% faktor budaya akan meningkatkan persepsi konsumsi sebesar 0,516. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor budaya dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan persepsi konsumsi dan terjadi hubungan positif yaitu dengan adanya kenaikan faktor budaya, maka persepsi konsumsi akan meningkat.
4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,273 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% faktor pribadi akan meningkatkan persepsi konsumsi sebesar 0,273. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor pribadi dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan persepsi konsumsi dan terjadi hubungan positif yaitu dengan adanya kenaikan faktor pribadi, maka persepsi konsumsi akan meningkat.
5. Koefisien regresi X4 sebesar 0,591 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% motivasi akan meningkatkan persepsi konsumsi sebesar 0,591. Hal ini dapat diartikan bahwa motivasi dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan persepsi konsumsi dan terjadi hubungan positif yaitu dengan adanya kenaikan motivasi, maka persepsi konsumsi akan meningkat.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,702	,698	,983

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Faktor sosial, Faktor budaya, Faktor pribadi

b. Dependent Variable: Persepsi konsumsi

Sumber: Pengolahan data spss, 2025

Tabel 7 diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0,698 (69,8%), ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel independen yaitu faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan motivasi mampu menjelaskan variabel persepsi konsumsi sebesar 69,8% yang dapat dikategorikan memiliki hubungan yang moderat. Sedangkan sisanya 30,2% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,446	,952	1,520	,130		
	Faktor sosial	,356	,056	6,357	,000	,296	3,381
	Faktor budaya	,516	,045	11,426	,000	,417	2,395
	Faktor pribadi	,273	,044	6,213	,000	,254	3,937
	Motivasi	,591	,056	10,630	,000	,474	2,111

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2025

Hipotesis 1: Faktor sosial terhadap persepsi konsumsi

Pengujian pengaruh variabel faktor sosial terhadap persepsi konsumsi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,357 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($6,357 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain **Hipotesis 1 dapat diterima.**

Hipotesis 2: Faktor budaya terhadap persepsi konsumsi

Pengujian pengaruh variabel faktor budaya terhadap persepsi konsumsi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,426 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($11,426 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain **Hipotesis 2 dapat diterima.**

Hipotesis 3: Faktor pribadi terhadap persepsi konsumsi

Pengujian pengaruh variabel faktor pribadi terhadap persepsi konsumsi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,213 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($6,213 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain **Hipotesis 3 dapat diterima.**

Hipotesis 4: motivasi terhadap persepsi konsumsi

Pengujian pengaruh variabel motivasi terhadap persepsi konsumsi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10,630 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($10,630 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain **Hipotesis 4 dapat diterima.**

Uji Secara Simultan (Uji F)**Tabel 9. Hasil Uji F**

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	603,633	4	150,908	156,315	,000 ^a
	Residual	255,834	265	,965		
	Total	859,467	269			

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Faktor sosial, Faktor budaya, Faktor pribadi

b. Dependent Variable: Persepsi konsumsi

Sumber: Pengolahan data spss, 2025

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh nilai $F_{hitung} = 156,315$ dengan nilai $F_{tabel} 2,4057076$ ($156,315 > 2.4057076$) serta level sig= 0,000 yang jauh lebih kecil dari nilai 0,05. Hal ini berarti bahwa H_5 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan motivasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai.

Pembahasan

Pengaruh faktor sosial terhadap persepsi konsumsi

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil yang menunjukkan perhitungan deskripsi tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 1 yang menyatakan “Saya sering mendiskusikan pilihan konsumsi pangan pokok non beras dengan teman atau sahabat saya” dengan nilai TCR sebesar 81,93% pada kriteria baik. Kalimat tersebut merujuk pada responden yang memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan bahwa mereka sering mendiskusikan pilihan konsumsi pangan pokok non-beras dengan teman atau sahabat. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial dan komunikasi di antara individu berperan penting dalam pengambilan keputusan terkait konsumsi pangan. Responden yang sering berdiskusi dengan teman atau sahabat mengalami pengaruh dalam memilih jenis pangan pokok non-beras, baik dari segi informasi, rekomendasi, maupun pertimbangan budaya dan sosial. Diskusi semacam ini dapat meningkatkan kesadaran akan berbagai pilihan yang ada, serta memfasilitasi pertukaran ide dan pengalaman yang dapat membantu mereka dalam membuat keputusan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi masing-masing.

Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 4 yaitu “Status sosial saya mempengaruhi pilihan saya dalam membeli pangan pokok non beras” dengan nilai TCR sebesar 77,41% dengan kriteria baik menunjukkan bahwa banyak responden merasa bahwa faktor status sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mereka dalam memilih pangan pokok. Hal ini mencerminkan pandangan bahwa preferensi dan kebiasaan konsumsi lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti ketersediaan, harga, atau informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial mereka. Responden mungkin merasa bahwa meskipun status sosial dapat berperan dalam akses terhadap berbagai pilihan pangan, keputusan akhir mereka lebih disesuaikan oleh kebutuhan dan nilai-nilai pribadi.

Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,357 dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} 1,968789$ ($6,357 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain Hipotesis 1 dapat diterima. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2019), Abdul dan Tri (2020), Amirudin dan Soekanto (2016) yang menemukan hasil bahwa faktor sosial, secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumsi.

Faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di Kecamatan Tambusai karena beberapa aspek penting. Pertama, norma dan nilai budaya setempat memainkan peran krusial dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap pangan. Jika masyarakat menganggap pangan non beras sebagai bagian dari tradisi atau makanan yang lebih

sehat, maka individu akan lebih cenderung mengonsumsi jenis pangan tersebut. Kedua, interaksi sosial, seperti diskusi di antara anggota keluarga dan komunitas, dapat memengaruhi pilihan konsumsi. Informasi yang dibagikan dalam konteks sosial dapat membentuk persepsi tentang manfaat dan kualitas pangan non beras. Misalnya, rekomendasi dari teman atau keluarga mengenai jenis pangan tertentu dapat meningkatkan minat dan keyakinan individu untuk mengonsumsinya. Ketiga, status sosial dan identitas juga berperan dalam perilaku konsumsi. Pangan pokok non beras yang dianggap lebih bergengsi atau sehat dapat dipilih oleh individu untuk meningkatkan citra sosial mereka di masyarakat. Dalam konteks ini, konsumsi pangan non beras dapat dilihat sebagai simbol status yang menunjukkan kesadaran akan kesehatan atau keberagaman dalam pilihan makanan.

Pengaruh faktor budaya terhadap persepsi konsumsi

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil yang menunjukkan perhitungan deskripsi tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 8 yang menyatakan “Perubahan selera dan teknologi baru telah mempengaruhi cara saya memilih produk pangan pokok non beras” dengan nilai TCR sebesar 81,93% pada kriteria baik. Kalimat tersebut merujuk pada sebagian besar responden mengakui bahwa tren terbaru dalam selera konsumen dan kemajuan teknologi, seperti inovasi dalam metode produksi dan distribusi pangan, telah mempengaruhi pilihan mereka. Responden merasakan bahwa dengan adanya teknologi baru, mereka memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi dan produk yang lebih beragam, serta dapat mengeksplorasi pilihan pangan yang lebih sehat dan berkualitas.

Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 11 yaitu “Saya sering mendengarkan pendapat orang lain tentang produk pangan pokok non beras sebelum memutuskan untuk membeli” dengan nilai TCR sebesar 74,4% dengan kriteria baik. Hal ini mencerminkan sikap mandiri atau kepercayaan diri yang tinggi dalam memilih produk pangan, di mana responden lebih mengandalkan pengalaman pribadi, pengetahuan, atau informasi yang mereka peroleh secara langsung daripada faktor eksternal seperti rekomendasi dari orang lain. Meskipun pendapat orang lain dianggap penting, tampaknya responden lebih memilih untuk melakukan penelitian atau mempertimbangkan pilihan mereka sendiri sebelum membeli.

Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,426 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($11,426 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain Hipotesis 2 dapat diterima. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2019), Abdul dan Tri (2020), Amirudin dan Soekanto (2016) yang menemukan hasil bahwa faktor budaya, secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumsi.

Faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di Kecamatan Tambusai karena budaya lokal membentuk norma, nilai, dan kebiasaan yang memengaruhi pilihan makanan masyarakat. Tradisi dan ritual yang mengedepankan penggunaan pangan non beras, seperti jagung, sagu, atau umbi-umbian, menciptakan pengertian bahwa jenis pangan ini tidak hanya sebagai sumber gizi, tetapi juga sebagai bagian integral dari identitas budaya komunitas. Selain itu, pengaruh generasi yang lebih tua dalam mentransmisikan kebiasaan dan

resep tradisional turut memperkuat kepercayaan terhadap pangan non beras. Dengan demikian, budaya yang kaya dan beragam di Kecamatan Tambusai tidak hanya membentuk preferensi, tetapi juga menciptakan rasa memiliki dan kebanggaan terhadap konsumsi pangan non beras dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Pengaruh faktor pribadi terhadap persepsi konsumsi

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil yang menunjukkan perhitungan deskripsi tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 22 yang menyatakan “Saya percaya bahwa pilihan pangan pokok non beras yang saya buat mencerminkan konsep diri dan nilai-nilai saya” dengan nilai TCR sebesar 82,37% pada kriteria baik. Kalimat tersebut merujuk bahwa sebagian besar responden merasa bahwa pilihan mereka terhadap pangan pokok non beras tidak hanya sekadar keputusan konsumsi, tetapi juga merupakan refleksi dari identitas dan nilai-nilai pribadi mereka. Kepercayaan ini mencerminkan pentingnya kesadaran diri dalam menentukan pola makan, di mana pilihan pangan dianggap sebagai representasi dari prinsip dan keyakinan yang dianut.

Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 19 yaitu “Gaya hidup saya yang aktif mendorong saya untuk memilih pangan pokok non beras yang sehat” dengan nilai TCR sebesar 76,74% dengan kriteria baik. Kalimat ini mengindikasikan adanya beberapa tantangan atau hambatan dalam mengaitkan gaya hidup aktif dengan pilihan pangan non beras yang sehat. Ini mencerminkan bahwa tidak semua responden merasa bahwa aktivitas fisik mereka secara langsung memengaruhi keputusan mereka dalam memilih pangan. Beberapa responden merasa bahwa faktor lain, seperti ketersediaan, kebiasaan makan, atau informasi yang kurang mengenai manfaat pangan non beras, lebih berpengaruh dalam keputusan mereka.

Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,213 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($6,213 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain Hipotesis 3 dapat diterima. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2019), Abdul dan Tri (2020), Amirudin dan Soekanto (2016) yang menemukan hasil bahwa faktor pribadi, secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumsi.

Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di Kecamatan Tambusai karena karakteristik individu, seperti usia, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman pribadi, dapat memengaruhi pilihan makanan mereka. Misalnya, individu yang lebih muda dan terpelajar lebih terbuka terhadap variasi pangan dan cenderung mencari alternatif sehat, termasuk pangan non beras. Selain itu, tingkat pendapatan juga berkontribusi pada kemampuan untuk mengakses dan membeli pangan non beras yang berkualitas. Pengalaman pribadi, seperti kebiasaan keluarga atau perjalanan ke daerah lain yang memperkenalkan mereka pada jenis pangan baru, juga dapat membentuk persepsi dan preferensi konsumsi mereka.

Pengaruh motivasi terhadap persepsi konsumsi

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil yang menunjukkan perhitungan deskripsi tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 23 yang menyatakan “Saya

memilih produk pangan pokok non beras berdasarkan pertimbangan logis dan analisis biaya-manfaat” dengan nilai TCR sebesar 81,19% pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung membuat keputusan yang rasional dan terinformasi saat memilih pangan pokok non beras. Kepercayaan ini mencerminkan kesadaran konsumen akan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi, seperti harga dan nilai gizi, sebelum melakukan pembelian. Responden yang setuju dengan pernyataan ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya memilih berdasarkan selera atau tren, tetapi juga menganalisis manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 26 yaitu “Emosi saya mempengaruhi pilihan saya dalam konsumsi pangan pokok non beras, seperti membeli produk yang membuat saya merasa bahagia” dengan nilai TCR sebesar 74,4% dengan kriteria baik. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa responden lebih cenderung membuat keputusan berdasarkan pertimbangan rasional, seperti nilai gizi dan biaya, dibandingkan dengan faktor emosional. Beberapa responden merasa bahwa pilihan pangan lebih didasarkan pada kebiasaan, kebutuhan praktis, atau informasi yang mereka miliki, sehingga emosi tidak selalu menjadi pertimbangan yang dominan.

Berdasarkan hasil uji secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10,630 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} 1,968789 ($10,630 > 1,968789$) serta nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t tersebut, menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai atau dengan kata lain Hipotesis 4 dapat diterima. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2019), Abdul dan Tri (2020), Amirudin dan Soekanto (2016) yang menemukan hasil bahwa motivasi, secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumsi.

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di Kecamatan Tambusai karena dorongan internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan individu dalam memilih jenis pangan. Individu mungkin termotivasi oleh keinginan untuk menjaga kesehatan, meningkatkan kualitas hidup, atau mengikuti tren diet yang lebih sehat, sehingga pangan non beras dianggap sebagai alternatif yang lebih baik. Selain itu, faktor ekonomi, seperti kebutuhan untuk menghemat pengeluaran, juga dapat mendorong masyarakat untuk memilih pangan non beras yang sering kali lebih terjangkau dan lokal. Motivasi sosial, seperti keinginan untuk mendukung pertanian lokal atau mengikuti contoh dari tokoh masyarakat yang mengedepankan konsumsi pangan non beras, juga turut membentuk persepsi dan preferensi individu. Dengan demikian, motivasi yang beragam ini menciptakan pengaruh signifikan terhadap sikap dan perilaku konsumsi pangan pokok non beras di Kecamatan Tambusai.

Pengaruh faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan motivasi terhadap persepsi konsumsi

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil yang menunjukkan perhitungan deskripsi tanggapan responden yang paling banyak yaitu pada pernyataan nomor 31 yang menyatakan “Saya cenderung menilai produk pangan pokok non beras berdasarkan pengalaman dan informasi yang saya miliki” dengan nilai TCR sebesar 81,93% pada kriteria baik. Tanggapan ini mencerminkan pendekatan yang informatif dan reflektif dalam pengambilan keputusan, di mana konsumen tidak hanya mengandalkan rekomendasi dari pihak lain atau iklan, tetapi juga mempertimbangkan

pengalaman langsung mereka dengan produk. Hal ini memperlihatkan pentingnya pendidikan konsumen dan akses terhadap informasi mengenai pangan non beras, yang dapat membantu mereka membuat pilihan yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Tanggapan yang paling rendah dari responden pada pernyataan nomor 29 yaitu “Saya memiliki pendapat pribadi tentang jenis pangan pokok non beras yang lebih baik untuk kesehatan” dengan nilai TCR sebesar 74,96% dengan kriteria baik. Meskipun sebagian besar responden setuju bahwa mereka memiliki pendapat pribadi mengenai pilihan pangan pokok non beras untuk kesehatan, nilai TCR yang lebih rendah menunjukkan bahwa masih ada keraguan atau ketidakpastian di antara beberapa responden tentang jenis pangan yang dianggap paling sehat. Hal ini mencerminkan kurangnya informasi atau pengetahuan yang mendalam mengenai manfaat kesehatan dari berbagai jenis pangan non beras, yang dapat membuat konsumen merasa bingung atau tidak yakin dalam menentukan pilihan.

Berdasarkan hasil uji secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} = 156,315$ dengan nilai $F_{tabel} 2,4057076$ ($156,315 > 2.4057076$) serta level sig= 0,000 yang jauh lebih kecil dari nilai 0,05. Hal ini berarti bahwa H_5 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan motivasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustofa (2019), Abdul dan Tri (2020), Amirudin dan Soekanto (2016) yang menemukan hasil bahwa faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan motivasi, secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumsi.

Faktor sosial, budaya, pribadi, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di Kecamatan Tambusai karena keempat elemen ini saling terkait dan membentuk pola perilaku masyarakat dalam memilih makanan. Faktor sosial menciptakan norma dan interaksi yang memengaruhi pilihan individu, sementara budaya membentuk identitas dan tradisi yang menekankan pentingnya pangan non beras dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain, faktor pribadi seperti usia, pendidikan, dan pengalaman individu dapat membentuk preferensi dan kesadaran akan manfaat pangan non beras. Selain itu, motivasi, baik yang bersifat kesehatan, ekonomi, maupun sosial, mendorong masyarakat untuk mengadopsi pilihan pangan yang lebih beragam dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai.
2. Faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai.
3. Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai.
4. Faktor motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai.

5. Faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan faktor motivasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Kecamatan Tambusai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eko Sujianto.(2018). Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya
- Anoraga Pandji.(2018). Pengantar Bisnis, pPengelolaan Bisnis, Dalam Era Globalisasi. Rieneka Cipta. Jakarta.
- Dewi Intan Kumala & Rahman Arrafiqur. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dan Kepuasan Kerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Rokan Hulu. *Cano Economos, Vol. 8, No.1, Hal 81-91*.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. (2019). *Principle Of Marketing* (16th editi). Pearson Education.
- Handoko, T. Hani. (2019). *Manajemen*. Cetakan Kedelapanbelas. J iiiii PFEYogyakarta, Yogyakarta.
- Herzberg, Frederick. (2018). Herzberg`s Motivation-Hygiene Theory and Job Satisfaction in The Malaysian Retail Sector: The Mediating Effect Of Love Money. Sunway University Malaysia: Teck Hang Tan and Amna Waheed.
- Jalaludin Rahmat. (2019). *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosda Karya,
- Koentjaraningrat. (2020). *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan* (cetakan kesembilan belas), Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler Philip dan Keller, Kevin Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Alih Bahasa, Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga.
- Kreitner R. dan Angelo Kinicki. (2019). *Perilaku Organisasi*. Edisi 5 Alih Bahasa Erly. Suandy. Salemba Empat. Jakarta.
- Lamb, Charles. (2019). *Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta : Salemba Empat,
- Liliwari, Alo. (2019). *Persepsi Teoritis, Komunikasi antar Pribadi*, Bandung: Cipta Aditya Bakti.
- Matsumoto, D., & Juang, L. (2020). *Culture and Psychology*. Fifth Edition. International Edition.
- Mitchell, Terence. (2018). *People in Organizational, an introduction in organizational Behavior*. 2nd ed. Mc Graw Hill International Book Co. Singapore.
- Mustofa Ahmad Jalil. (2019). Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Perilaku Kewirausahaan Pedagang Di Pasar Gentan Ngaglik Sleman Yogyakarta", *Skripsi: UIN Sunan Kalijaga*.
- Priansa, Donni Juni. (2018). *Perilaku Konsumen, Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta, Bandung
- Robbins, S. P. (2021). *Organizational Behavior: Concept, Controversies, Applications* (8th Editio). Indeks Kelompok Gramedia.
- Sarwono, Sarlito W. (2019). *Psikologi Lintas Budaya*, Jakarta: Rajawali Pers .
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Ketiga (Vol. 3). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Siagian, S. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta; Penerbit PT Bumi. Aksara.
- Simamora, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* ed.3. Yogyakarta : Bagian Penerbitan STIE YKPN.
- Soekanto, Sarjono. (2018). *Sosiologi Keluarga Tentang Ikhwal Keluarga, Remaja dan Anak*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*: PT. Alfabeta, Bandung.
- Suhardjo. (2019). *Perencanaan Pangan & Gizi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sumarwan Ujang. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Jakarta:Gramedia.
- Yanti Mayasari Ginting dan Gita Marantika. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Faktor Sosial, dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Sekolah Siswa Pada Siswa di Sekolah Tinggi Buruh Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* 7, No. 4: 457.