

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA BULAN RAMADHAN (STUDI PADA MASYARAKAT KECAMATAN SUMBAWA)

Muhammad Dino Alfajri¹, Fendy Maradita²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia
dinoalfajri10@gmail.com

²Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia
fendy.maradita@uts.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan preferensi masyarakat terhadap keputusan pembelian makanan pada bulan Ramadhan pada masyarakat Sumbawa. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang telah memenuhi syarat dalam penelitian. Pada penelitian ini memiliki dua hipotesis yang pertama pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian makanan dibulan Ramadhan secara langsung, dan kedua pengaruh preferensi terhadap keputusan pembelian makanan dibulan Ramadhan secara langsung. Analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda dan diolah menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian makanan, dan preferensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Preferensi, keputusan pembelian makana.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of lifestyles and people's preferences on food purchasing decisions in the month of Ramadan in the people of Sumbawa. The sampling technique used is purposive sampling. The research sample is 96 respondents who have fulfilled the requirements in the research. This study has two hypotheses, the first is the direct influence of lifestyle on food purchasing decisions in Ramadan, and the second is the direct effect of preferences on food purchasing decisions in Ramadan. The data analysis used was multiple linear regression and was processed using the SPSS program. The results of this study indicate that lifestyle does not directly influence food purchasing decisions, and preferences do influence purchasing decisions.

Keywords: *lifestyles, preferences, food purchase decisions.*

PENDAHULUAN

Gaya hidup adalah pola tindakan yang membedakan satu orang atau kelompok dengan yang lain. Jika gaya hidup diasumsikan sebagai sebuah ideologi, maka akan membentuk identitas diri yang bersifat individu maupun bersifat kelompok dan membedakan dengan yang lain. Gaya hidup memiliki tujuan untuk kemudian dapat membentuk citra yang dibanggakan bagi pengguna maupun partisipannya. Citra yang tampil melalui gaya hidup lebih sering bersinggungan dengan berbagai penampilan seseorang dan memiliki sifat yang dapat ditangkap dan dirasakan oleh indera. Citra yang timbul atas gaya hidup yang dipilih oleh

seseorang berkaitan erat dengan nilai dan status sosial dari model gaya hidup yang digunakannya. Jehovah menuliskan bahwa gaya hidup utamanya terdiri dari: mengatur konsumsi makanan, olah raga, mengoptimalkan aktifitas yang terkait pada faktor faktor terkait mental dan spiritual. Dari sumber lain menyebutkan bahwa aspek gaya hidup adalah hubungan personal, mobilitas, rekreasi, aktivitas komunitas, kegiatan bekerja.

Persepsi merupakan aktivitas penting yang menghubungkan konsumen individual dengan kelompok, situasi dan pengaruh pemasar (Hawkins et al). Craven mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan ke dalam gambaran yang mempunyai arti dan masuk akal sehingga dapat dimengerti. Persepsi meliputi semua proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya, sehingga proses pemahaman ini akan mempengaruhi cara seseorang mengorganisasikan persepsinya. Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya . Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai merek yang disukai atau yang terkenal . Alasan ini yang mendorong perusahaan untuk memperkuat posisi mereknya agar tercipta *brand image* yang positif dan tertanam kuat di benak konsumen (*positioning*) karena melalui *brand image* (citra merek), konsumen mampu mengenali sebuah produk, mengevaluasi kualitas, mengurangi resiko pembelian, dan memperoleh pengalaman dan kepuasan dari diferensiasi produk tertentu . *Brand Image* adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan peneliti adalah lokasi, kelengkapan produk dan harga.

Penentuan atau pemilihan suatu produk juga berhubungan dengan preferensi masyarakat, pada bulan Ramadhan masyarakat Kecamatan Sumbawa memiliki kecenderungan berbeda-beda dalam memilih menu berbuka puasa dan juga sahur. Dimana preferensi masyarakat diartikan sebagai kecenderungan atau sebuah pilihan dari kelompok masyarakat dalam memilih atau memprioritaskan suatu produk dan layanan. Data jumlah penduduk beragama Islam di Kabupaten Sumbawa, dari data Kabupaten Sumbawa Dalam Angka Tahun 2022 menjelaskan bahwa kecamatan dengan jumlah pemeluk agama Islam terbanyak adalah Kecamatan Sumbawa dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 67.615 jiwa. Budaya-budaya tersebut dapat dilihat dari pakaian adat dan makanan tradisional masyarakat Sumbawa yang sesuai dengan syariat Islam.

Pada bulan Ramadhan, masyarakat Sumbawa memiliki makanan yang wajib dihidangkan sebagai santapan berbuka puasa, misalnya saja makanan daerah seperti sepat, singang, pelu dan larit. Makanan-makanan tersebut merupakan makanan yang umumnya dihidangkan dan tersedia di setiap rumah *tau samawa* dan merupakan makanan yang selalu ada pada bulan Ramadhan. Karena keberagaman jenis makanan yang menjadi ciri khas bagi masyarakat Sumbawa, banyak pedagang atau masyarakat yang menjual jenis-jenis makanan tersebut terutama di bulan puasa. Keterbatasan waktu dan padatnya aktivitas menjadi salah satu alasan bagi masyarakat untuk lebih memilih membeli makanan daripada membuatnya sendiri di rumah. Adapun pilihan dari berbagai jenis olahan makanan juga menjadi salah satu pendorong masyarakat untuk membeli.

Sehubungan dengan artikel (Afrialldi, 2022), sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Jeleel, dkk, 2013) menyebutkan bahwa pengaruh gaya hidup yang dilakukan oleh masyarakat selama bulan Ramadhan disebabkan adanya peningkatan konsumsi makanan olahan khusus yang kaya akan lemak dan protein, serta makanan manis tambahan khusus. Akibatnya terjadi kenaikan berat badan di bulan Ramadhan. Sehingga pilihan yang dilakukan oleh para pedagang di bulan Ramadhan mengikuti pola dan perilaku dari gaya hidup yang dilakukan serta yang dianggap perlu oleh masyarakat selama bulan Ramadhan

Dari penjelasan diatas dapat diangkat berbagai permasalahan bagaimana pengaruh gaya hidup dan preferensi terhadap keputusan pembelian makanan pada masyarakat Sumbawa dibulan ramadhan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian makanan di bulan Ramadhan pada masyarakat Kecamatan Sumbawa.
2. Menguji pengaruh preferensi masyarakat terhadap keputusan pembelian makanan di bulan Ramadhan pada masyarakat Kecamatan Sumbawa.
3. Menguji pengaruh gaya hidup dan preferensi masyarakat terhadap keputusan pembelian makanan di bulan Ramadhan pada masyarakat Kecamatan Sumbawa.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan preferensi terhadap keputusan pembelian makanan di bulan Ramadhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang dikatakan sebagai metode tradisional karena sudah digunakan cukup lama dan ilmiah. Dikatakan ilmiah karena sudah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Disebut metode

kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka, dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2016).

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah Populasi pada pada penelitian ini masyarakat sumbawa yang berbelanja makanan di bulan Ramadhan dan terdata di pusat kuliner yang ada di sumbawa pada saat bulan Ramadhan tahun 2023. Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni, 2020). Dikarenakan dalam penelitian ini populasi yang digunakan tidak diketahui atau tidak terhitung, maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Paul Leedy dalam (Ningrum, 2022). Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal harus dipenuhi sebanyak 96 responden karena jumlah sampel yang semakin banyak sehingga kekuatan statistik semakin baik.

Teknik sampling adalah alat yang digunakan untuk mengambil sampel dari populasi didalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. Metode ini adalah pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria penentuan sampel pada penelitian ini adalah Masyarakat kecamatan Sumbawa yang beragama Islam, Masyarakat yang berada di usia produktif dalam rentang 15 – 55 tahun, dan Masyarakat yang berbelanja makanan di Bulan Ramadhan..

PEMBAHASAN

Hasil pengujian Hipotesis mengatakan bahwa variabel gaya hidup (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di bulan ramadhan di kota sumbawa. Hasil ini di dibuktikan oleh nilai signifikan gaya hidup sebesar 0,149 atau diatas 0,05 yang berarti bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup juga dapat menggambarkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya, dimana dapat mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian pihak lain. Dalam hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjelaskan sebuah fenomena dimana gaya hidup masyarakat Sumbawa khususnya yang menjalankan ibadah puasa dalam bulan ramadhan tidak berhubungan atau

sejalan dengan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya yaitu karena masyarakat Sumbawa yang relative hidup sederhana dan masih mementingkan kebutuhan sesuai dengan keinginan saat pembelian makanan dibulan ramadhan. Sehingga disimpulkan, gaya hidup tidak berpengaruh terhadap pembelian makanan pada bulan ramadhan di kota Sumbawa

Hasil pengujian Hipotesis mengatakan bahwa variabel Preferensi masyarakat (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) makanan dibulan ramadhan dikota. Pernyataan ini dibuktikan dengan adanya hasil dari koefisien regresi X_2 sebesar 0.332 yang menyatakan bahwa setiap adanya peningkatan preferensi masyarakat pada bulan ramadhan terhadap keputusan pembelian makanan meningkat 1 poin, maka keputusan pembelian makanan pada bulan ramadhan di kota sumbawa akan meningkat sebesar 0.332

Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Dalam hasil penelitian dijelaskan bahwa preferensi masyarakat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dimana menjelaskan bahwa semakin meningkat preferensi masyarakat maka semakin tinggi keputusan pembelian makanan pada bulan ramadhan di kota Sumbawa. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gatot Nazir Ahmad, (dkk) (2020), Sholihah, E. K. S., & Fatmah, F. (2017), Muh Fahrudin Nurdin (dkk) (2017) yang menyatakan bahwa preferensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Artinya apabila preferensi pada suatu produk meningkat, maka keputusan pembelian pun meningkat.

Pengaruh preferensi yang kuat terhadap tingkat keputusan pembelian makanan pada bulan ramadhan dikota Sumbawa dikarenakan beberapa factor, salah satunya ada kebiasaan atau adat istiadat yang ada di kota Sumbawa sejak jaman dulu. Pada bulan Ramadhan, masyarakat Sumbawa memiliki makanan yang wajib dihidangkan sebagai santapan berbuka puasa, misalnya saja makanan daerah seperti sepat, singang, pelu dan larit. Makanan-makanan tersebut merupakan makanan yang umumnya dihidangkan dan tersedia disetiap rumah *tau samawa* dan merupakan makanan yang selalu ada pada bulan Ramadhan. Hal ini menjadi salah satu factor penting berpengaruh nya preferensi masyarakat sebagai konsumen terhadap tingkat keputusan pembelian makanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian Hipotesis mengatakan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibulan ramadhan di kota sumbawa. Hasil ini di berarti bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. Hasil pengujian Hipotesis mengatakan bahwa variabel Preferensi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian makanan dibulan ramadhan dikota. Pernyataan ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat pada bulan ramadhan terhadap keputusan pembelian makanan dapat menjadi pertimbangan dan alasan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian
3. Dalam hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjelaskan sebuah fenomena dimana gaya hidup masyarakat Sumbawa khususnya yang menjalankan ibadah puasa dalam bulan ramadhan tidak berhubungan atau sejalan dengan keputusan pembelian.
4. Makanan yang umumnya dihidangkan dan tersedia disetiap rumah *tau samawa* dan merupakan makanan yang selalu ada pada bulan Ramadhan. Hal ini menjadi salah satu factor penting berpengaruh nya preferensi masyarakat sebagai konsumen terhadap tingkat keputusan pembelian makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrialdi, R. (2022, April 05). *cxomedia.id*. Retrieved from Human Stories: www.cxomedia.id/human-stories/20220404133948-74-174416/puasa-dan-gaya-hidup-berlebihan
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1. Hal" 122-145.
- Aryadhe, T. A. (2018). Pengaruh Skap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3. Page: 1452-1480.
- Ayuningsasi, A. A. (2013). Analisis Faktor Penentu Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja ke Pasar Tradisional di Kota Denpasar: Analisis Faktor. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* , Vol. 6, No. 1, Hal: 41-45.
- Dewi, N. S. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota semrang). *Prosiding SENDI_U* , ISBN: 978-979-3649-99-3.
- Fadhilah, H. (2016). Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif.

- Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol. 4, No. 1. Hal: 59-75.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jeel, A. M. (2013, Juli 06). Nutrition, energy intake- output, exercise, and fluid homeostasis during fasting in Ramadan. *Journal of Medical Nutrition & Nutraceuticals*, pp. Vol. 2, Page: 63-68.
- Kaharu, D. A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , Vol.5, No.3.
- Kartikasari, D. Z. (2013). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Kotler, P. K. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lensimi, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Vol. 6, No. 1. Hal: 33- 39.
- Putri, N. E. (2014). Analisis Preferensi Konsumen dalam Penggunaan Sosial Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus: Line, Kakaotalk, WeChat, WhatsApp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 14, No. 2. Hal: 110-127
- Qazzafi, S. (2019). Consumer Buying Decision Process Toward Products. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, Vol. 2 Issue 5.
- Taluke, D. R. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*, Vol.6, No. 2. Hal: 531-540.
- Yanti Man, D. B. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'i*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Sumatera Uta