



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PRODUK BERAS CERDAS  
CV. AN-NAHLAH DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**Abram Atmaja  
NIM 091510601030**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PRODUK BERAS CERDAS  
CV. AN-NAHLAH DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh :

**Abram Atmaja**  
**NIM 091510601030**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda tercinta Drs. Awandi M.Pd., dan Ibunda tercinta Dra. Sri Rahaju Rawis yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanannya, baik materil maupun non materil selama ini;
2. Saudariku tercinta, Ara Nugrahayu Nalawati S.TP. atas doa yang diberikan beserta semangat, perhatian, dukungan tulusnya demi terselesaikannya karya tulis ini;
3. Guru-guruku mulai SD, SMP, SMA dan PT terhormat, yang telah memberikan ilmu dan mendidik dengan penuh kesabaran dan dedikasi;
4. Almamater Jurusan Sosial Ekonomi / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

**MOTTO**

*“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu  
maka dia berada di jalan Allah ”  
(HR. Turmudzi)*

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abram Atmaja

NIM : 091510601030

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: *Analisis Perilaku Konsumen Produk Beras Cerdas CV. An-Nahlah Di Kabupaten Jember* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan ke instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 Agustus 2014

Yang Menyatakan,

Abram Atmaja

NIM 091510601030

**SKRIPSI**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PRODUK BERAS CERDAS  
CV. AN-NAHLAH DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh

Abram Atmaja  
NIM 091510601030

Pembimbing

Pembimbing Utama : Aryo Fajar Sunartomo, S.P.,M.Si.  
NIP. 197401161999031001

Pembimbing Anggota : Mustapit, S.P., M.Si.  
NIP. 197708162005011001

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Analisis Perilaku Konsumen Produk Beras Cerdas CV. An-Nahlah Di Kabupaten Jember*” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian Universitas Jember pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 29 Agustus 2014

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Tim Penguji

Penguji 1,

Aryo Fajar Sunartomo, S.P.,M.Si.  
NIP. 197401161999031001

Penguji 2,

Penguji 3,

Mustapi

t, S.P., M.Si.  
NIP. 197708162005011001

Djoko Soejono S.P., M.P.  
NIP. 197001151997021002

Mengesahkan  
Dekan,

Dr. Ir. Jani Januar, MT.  
NIP. 195901021988031002

## RINGKASAN

**Analisis Perilaku Konsumen Produk Beras Cerdas CV. An-Nahlah Di Kabupaten Jember;** Abram Atmaja, 091510601030; 2014: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Konsep ketahanan pangan yang dianut Indonesia dapat dilihat dari Undang-Undang (UU) No.18 Tahun 2012 tentang pangan yang menyebutkan bahwa ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya. Kondisi ketahanan pangan dapat dicapai dengan beberapa upaya. Upaya yang dilakukan pemerintah terkait dengan ketahanan pangan yaitu penganekaragaman pangan atau diversifikasi pangan. Di Kabupaten Jember berkembang sebuah produk yang berasal dari tepung MOCAF (Modified Cassava Flour). Produk tersebut dinamakan Beras Cerdas. Beras Cerdas yang merupakan produk rekayasa pangan olahan berbasis pangan lokal. Produk Beras Cerdas merupakan produk yang baru dikembangkan. Pengetahuan masyarakat pada produk Beras Cerdas masih minim. Produsen perlu pengetahuan yang baik pada apa yang dikehendaki oleh masyarakat yang merupakan sasaran untuk menjadi konsumen Beras Cerdas. Pada penelitian ini akan dikaji tentang : (1) karakteristik konsumen, (2) proses keputusan pembelian konsumen, (3) faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Method*) di Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif dan metode analitis. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) karakteristik umum konsumen berpendidikan tinggi (60%), berstatus sebagai istri (73%), kategori *nuclear family* (70%), memiliki pekerjaan sebagai PNS (40%), memiliki pendapatan bulanan tinggi (80%), lokasi tinggal di wilayah kota (90%), dan memiliki motivasi memperoleh kesehatan (57%). (2) Proses keputusan pembelian Beras Cerdas melalui lima tahapan yaitu pada pengenalan masalah konsumen memiliki alasan mengonsumsi Beras Cerdas untuk kesehatan serta penting dikonsumsi. Pada tahap pencarian informasi konsumen memperoleh informasi pertama dari teman/kerabat. Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen memperhatikan bentuk, rasa, kandungan,



kualitas. Pada tahap keputusan membeli, konsumen membeli Beras Cerdas secara tiba-tiba/tergantung situasi dengan membeli lebih dari 1 kg/ bulan, dan membeli kurang dari 4 kali/bulannya. Pada tahap perilaku pasca pembelian, konsumen puas setelah membeli Beras Cerdas walau mengalami kenaikan harga, konsumen tetap membeli Beras Cerdas. (3) Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Beras Cerdas secara signifikan adalah pendapatan, usia, motivasi dan harga. Faktor lain seperti sumber informasi, menu alternatif, kemasan, serta ketersediaan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Beras Cerdas.

Kata kunci: Beras Cerdas, Perilaku Konsumen, Karakteristik Konsumen, Proses Keputusan Konsumen, Faktor yang Mempengaruhi Keputusan.

## SUMMARY

**Analysis Of Consumers Behavior Of Beras Cerdas Product Of CV. An-Nahlah In Jember;** Abram Atmaja, 091510601030; 2014: Agriculture/Agribusiness Socio-Economics Department Faculty of Agriculture, University of Jember.

The concept of food security adopted by Indonesia can be seen from the Act Number 18 Year 2012 about food that says that food security is the condition of fulfillment of food for the states to persons, as reflected in the availability of sufficient food, both quantity and quality. Conditions of food security can be achieved with some effort. Government efforts related to food security, namely food diversification.

In Jember has developed a product derived from MOCAF flour (Modified Cassava Flour). The product is called Beras Cerdas. Beras Cerdas which is a processed food engineering product based local food. Beras Cerdas product is a newly developed product. Public knowledge on Beras Cerdas products is still minimal.

Manufacturers need a good knowledge on what is desired by the people targeted to be a Beras Cerdas consumer. This research will be assessed on: (1) the characteristics of the consumer, (2) the consumer purchase decision process, (3) the factors that influence consumer purchasing decisions. Determination of the research is done intentionally (purposive Method) in Jember.

The research method used in this research is descriptive method and analytical methods. Analysis of the data used in this study is the logistic regression analysis. The results showed that: (1) general characteristics of highly educated consumers (60%), status as a wife (73%), the category of nuclear family (70%), having a job as civil servants (40%), has a high monthly income (80% ), location live in urban areas (90%), and have the motivation to obtain health (57%). (2) Process of decision of purchasing Beras Cerdas through five stages, namely on the introduction of consumers' problem have reason to consume Beras Cerdas for health and important to consume.

In the search stage of information consumers obtain the first information from friends / relatives. In the alternative evaluation stage, consumers pay

attention to shape, taste, content, quality. At this stage of purchase decision, consumers buy Beras Cerdas suddenly / depending on the situation by buying more than 1 kg / month, and buy less than 4 times / month.

At the stage of the post-purchase behavior, consumer satisfaction after purchasing Beras Cerdas despite price increases, consumers are still buying Beras Cerdas. (3) The factors that influence the decision for purchasing by Beras Cerdas consumer significantly are income, age, motivation and prices. Other factors such as resources, alternative menus, packaging, and product availability are not significantly influence purchasing decisions by Beras Cerdas consumers.

Keywords: Beras Cerdas, Consumers' Behavior, Consumers' Characteristics, Consumers' Decision Process, Factors Influencing Decision.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Analisis Perilaku Konsumen Produk Beras Cerdas CV. An-Nahlah Di Kabupaten Jember*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Jani Januar, MT., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
2. Aryo Fajar Sunartomo, SP, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember sekaligus Dosen Pembimbing Utama, yang selalu memberikan bimbingan selama penulis menuntut ilmu di kampus tercinta.
3. Mustapit, SP. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Anggota, serta Djoko Soejono, SP,MP., selaku Dosen Penguji.yang selalu memberikan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
4. Ir. Mistinem Sunarsih, MS. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu memberikan bimbingan selama penulis menuntut ilmu di kampus tercinta.
5. Prof. Ir. Achmad Subagio, M.Agr.,Ph.D. yang telah memberi izin penelitian beserta para Karyawan CV. An-Nahlah yang telah banyak berbagi pengetahuan.
6. Kedua orang tua, Ayahanda Drs. Awandi, M.Pd dan Ibunda Dra. Sri Rahaju Rawis atas segala kepercayaan, kesabaran, doa, kasih sayang, dan dukungan yang tanpa henti, Kakak tercinta Ara Nugrahayu Nalawati, S.TP atas doa dan dukungan yang diberikan selama hidupku,
7. Teman terbaikku Yosaristya Budiarsih SP. atas semangat, bantuan serta doa yang sangat besar dalam penyelesaian karya tulis ini,
8. Para sahabat yang telah menginspirasi dan berbagi ilmu, Rizal (Ical), Ucil, Yogi (Ahong), Acil, Demy, Totok, Risky (Kiki'), Aninda (Tewol), Hadi, Firman, Cahyo (Cap), Pras, Fibrian (Kicing), Firzon, Helmy, dan Putra dalam penyelesaian karya tulis ini,

9. Kawan-kawan seperjuangan intelektual di UKSM Panjalu dan Agribisnis 2009 terimakasih atas semua sumbangsih pemikiran dan tenaga untuk membantu.
10. Eriq Mustaqim S.TP. yang telah memberikan wawasan, bantuan, dan informasi selama penyusunan skripsi,
11. Pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya karya ilmiah tertulis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Harapan penulis semoga karya tulis ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang ingin mengembangkannya.

Jember, 29 Agustus 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                     | <b>i</b>       |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....               | <b>ii</b>      |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....                     | <b>iii</b>     |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....                | <b>iv</b>      |
| <b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....                | <b>v</b>       |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                | <b>vi</b>      |
| <b>RINGKASAN</b> .....                         | <b>vii</b>     |
| <b>SUMMARY</b> .....                           | <b>ix</b>      |
| <b>PRAKATA</b> .....                           | <b>xi</b>      |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                        | <b>xiii</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                      | <b>xvi</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                     | <b>xvii</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                   | <b>xviii</b>   |
| <br>   |                |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....                | <b>1</b>       |
| <b>1.1 Latar Belakang</b> .....                | <b>1</b>       |
| <b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....             | <b>6</b>       |
| <b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> ..... | <b>6</b>       |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                  | <b>6</b>       |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                 | <b>7</b>       |
| <br>   |                |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....           | <b>8</b>       |
| <b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....          | <b>8</b>       |
| <b>2.2 Tepung MOCAF</b> .....                  | <b>11</b>      |
| <b>2.3 Beras Cerdas</b> .....                  | <b>12</b>      |
| 2.3.1 Karakteristik Beras Cerdas .....         | <b>12</b>      |
| 2.3.2 Teknologi Produksi Beras Cerdas .....    | <b>13</b>      |
| <b>2.4 Konsep Konsumen</b> .....               | <b>14</b>      |
| 2.4.1 Teori Perilaku Konsumen .....            | <b>15</b>      |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.4.2 Model Konsumen .....                            | 16        |
| 2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen .....  | 17        |
| 2.4.5 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Membeli..... | 22        |
| <b>2.6 Regresi Logit .....</b>                        | <b>25</b> |
| <b>2.7 Kerangka Pemikiran .....</b>                   | <b>29</b> |
| <b>2.8 Hipotesis .....</b>                            | <b>33</b> |
| <br>  |           |
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>                 | <b>34</b> |
| <b>3.1 Penentuan Daerah Penelitian .....</b>          | <b>34</b> |
| <b>3.2 Metode Penelitian .....</b>                    | <b>34</b> |
| <b>3.3 Metode Pengambilan Contoh .....</b>            | <b>34</b> |
| <b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>              | <b>35</b> |
| <b>3.5 Metode Analisis Data .....</b>                 | <b>36</b> |
| <b>3.6 Definisi Operasional.....</b>                  | <b>39</b> |
| <br>  |           |
| <b>BAB 4. GAMBARAN UMUM .....</b>                     | <b>41</b> |
| <b>4.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan .....</b>        | <b>41</b> |
| <b>4.2 Tujuan Perusahaan .....</b>                    | <b>42</b> |
| <b>4.3 Lokasi Perusahaan .....</b>                    | <b>42</b> |
| <b>4.4 Struktur Perusahaan .....</b>                  | <b>43</b> |
| <b>4.5 Ketenaga Kerjaan .....</b>                     | <b>46</b> |
| 4.5.1 Jumlah Tenaga Kerja .....                       | 46        |
| 4.5.2 Pendidikan Tenaga Kerja .....                   | 46        |
| 4.5.3 Jadwal Kerja .....                              | 46        |
| <b>4.6 Mesin dan Peralatan .....</b>                  | <b>47</b> |
| <b>4.7 Bahan Baku Produksi .....</b>                  | <b>47</b> |
| <b>4.8 Proses Produksi .....</b>                      | <b>48</b> |
| <b>4.9 Pemasaran .....</b>                            | <b>50</b> |
| <b>4.10 Promosi .....</b>                             | <b>51</b> |
| <br>  |           |
| <b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>              | <b>54</b> |
| <b>5.1 Karakteristik Konsumen Beras Cerdas .....</b>  | <b>54</b> |

|   |            |
|---|------------|
| 5.1.1 Karakteristik Usia .....  | 55         |
| 5.1.2 Karakteristik Jenis Kelamin .....   | 56         |
| 5.1.3 Karakteristik Tingkat Pendidikan .....  | 57         |
| 5.1.4 Karakteristik Status Dalam Keluarga .....   | 59         |
| 5.1.5 Karakteristik Kategori Keluarga .....   | 60         |
| 5.1.6 Karakteristik Pekerjaan .....   | 62         |
| 5.1.7 Karakteristik Pendapatan .....  | 64         |
| 5.1.8 Karakteristik Lokasi Tinggal .....  | 65         |
| 5.1.9 Karakteristik Motivasi Pembelian .....  | 66         |
| <b>5.2 Proses Keputusan Konsumen Beras Cerdas .....</b>   | <b>68</b>  |
| 5.2.1 Pengenalan Masalah .....  | 69         |
| 5.2.2 Pencarian Informasi .....   | 74         |
| 5.2.3 Evaluasi Alternatif .....   | 79         |
| 5.2.4 Keputusan Membeli .....   | 81         |
| 5.2.5 Perilaku Pasca Pembelian .....  | 83         |
| <b>5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian<br/>Konsumen Produk Beras Cerdas .....</b> | <b>87</b>  |
| <b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>103</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....  | 103        |
| 6.2 Saran .....   | 104        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>106</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>   | <b>109</b> |



## DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul  | Hal |
|-------|--|-----|
| 4.1   | Peralatan Produksi Beras Cerdas CV. An-Nahlah.....   | 47  |
| 5.1   | Usia Konsumen Beras Cerdas.....  | 55  |
| 5.2   | Jenis Kelamin Konsumen Beras Cerdas.....   | 56  |
| 5.3   | Tingkat Pendidikan Konsumen Beras Cerdas .....   | 58  |
| 5.4   | Status Dalam Keluarga Konsumen Beras Cerdas.....   | 59  |
| 5.5   | Kategori Keluarga Konsumen Beras Cerdas.....   | 60  |
| 5.6   | Pekerjaan Konsumen Beras Cerdas.....   | 62  |
| 5.7   | Pendapatan Konsumen Beras Cerdas.....  | 64  |
| 5.8   | Lokasi Tinggal Konsumen Beras Cerdas.....  | 66  |
| 5.9   | Motivasi Pembelian Konsumen Beras Cerdas .....   | 67  |
| 5.10  | Alasan Utama Konsumsi Beras Cerdas.....  | 69  |
| 5.11  | Manfaat Yang Dicari Konsumen.....  | 70  |
| 5.12  | Tingkat Kepentingan Mengonsumsi Beras Cerdas.....  | 72  |
| 5.13  | Beras Cerdas Sebagai Pengganti Beras P adi.....  | 73  |
| 5.14  | Sumber Informasi Produk Beras Cerdas.....  | 74  |
| 5.15  | Dampak Informasi Tentang Beras Cerdas.....   | 75  |
| 5.16  | Perhatian Pertama Pada Produk Beras Cerdas.....  | 76  |
| 5.17  | Sumber Informasi Detail Produk Beras Cerdas.....   | 78  |
| 5.18  | Pertimbangan Pertama Kali Membeli Beras Cerdas.....  | 79  |
| 5.19  | Tempat Pertama Membeli Beras Cerdas.....   | 80  |
| 5.20  | Cara Memutuskan Pembelian Beras Cerdas.....  | 81  |
| 5.21  | Jumlah Pembelian Beras Cerdas Per Bulan.....   | 82  |
| 5.22  | Intensitas Pembelian Beras Cerdas Per Bulan.....   | 83  |
| 5.23  | Kesan Pertama Membeli Dan Mengonsumsi Beras Cerdas.....  | 84  |
| 5.24  | Mengalami Kenaikan Harga Selama Mengonsumsi.....   | 85  |
| 5.25  | Keputusan Setelah Terjadi Kenaikan Harga.....  | 85  |
| 5.26  | <i>Model Summary</i> Dari Model Logit Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen .....                    | 89  |
| 5.27  | <i>Omnibus Test Model Of Coefficient</i> dari Model Logit Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen..... | 90  |
| 5.28  | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Beras Cerdas.....                       | 91  |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Nomor</b> | <b>Judul</b>  | <b>Hal</b> |
|--------------|---|------------|
| 2.1          | Model Perilaku Pembeli.....                             | 16         |
| 2.2          | Model Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembeli.....      | 17         |
| 2.3          | Model Lima Tahap Proses Membeli .....                   | 22         |
| 2.4          | Skema Kerangka Pemikiran.....                           | 32         |
| 4.1          | Struktur Perusahaan CV. An-Nahlah.....                  | 43         |
| 4.2          | Mesin Pencetak Bulir Beras.....                         | 47         |
| 4.3          | Chip MOCAF Bahan Baku Beras Cerdas.....                 | 48         |
| 4.4          | Proses Produksi Beras Cerdas CV. An-Nahlah.....         | 48         |
| 4.5          | Proses Penjemuran Bulir Beras Cerdas.....               | 49         |
| 4.6          | Kemasan Beras Cerdas 800 g dan 5 kg.....                | 50         |
| 4.7          | Brosur Produk Beras Cerdas CV. An-Nahlah.....           | 52         |
| 4.8          | Media Promosi Beras Cerdas Melalui Jejaring Sosial..... | 53         |

## DAFTAR LAMPIRAN

| <b>Nomor</b> | <b>Judul</b>   | <b>Hal</b> |
|--------------|--|------------|
| A            | Kuisoner.....  | 109        |
| B            | Data Karakteristik Konsumen Beras Cerdas CV. An-Nahlah...                          | 116        |
| C            | Proses Keputusan Pembelian Konsumen Beras Cerdas Tahap Pengenalan Masalah.....     | 118        |
| D            | Proses Keputusan Pembelian Konsumen Beras Cerdas Tahap Pencarian Informasi.....    | 119        |
| E            | Proses Keputusan Pembelian Konsumen Beras Cerdas Tahap Evaluasi Alternatif.....    | 120        |
| F            | Proses Keputusan Pembelian Konsumen Beras Cerdas Tahap Keputusan Membeli.....      | 121        |
| G            | Proses Keputusan Pembelian Konsumen Beras Cerdas Tahap Perilaku Pasca Membeli..... | 122        |
| H            | <i>Output SPSS</i> Hasil Analisis Regresi Logistik.....                            | 123        |
| I            | Dokumentasi.....   | 128        |