

## **ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN JAGUNG REBUS STUDI KASUS DI KELURAHAN OESAO, KECAMATAN KUPANG TIMUR, KABUPATEN KUPANG**

**Wiliam Fangidae<sup>1)</sup>, Paulus Un<sup>2)</sup>, S.P.N. Nainiti<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Minat Manajemen Agribisnis, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

<sup>2)</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

<sup>3)</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana

e-mail: wiliamfangidae@gmail.com

### **ABSTRAK**

Jagung rebus merupakan salah satu bentuk usaha pengelolaan jagung yang perkembangan usahanya dari tahun ke tahun terus meningkat. Hal ini terlihat dari terus bertambahnya jumlah pedagang serta pembeli jagung rebus di Jalan Timor Raya Kilometer 29 daerah persawahan Oesao, namun belum diketahui secara jelas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jagung rebus di Kelurahan Oesao. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial terhadap keputusan pembelian jagung rebus, 2) untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan terhadap keputusan pembelian jagung rebus. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Oesao Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang pada bulan September 2019. Kelurahan Oesao dipilih menjadi lokasi penelitian secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Oesao merupakan daerah penjualan jagung rebus yang banyak dikunjungi pembeli. Penentuan responden secara kebetulan (*accidental sampling*), yaitu menjumpai konsumen yang sedang menikmati atau membeli jagung rebus di lokasi penelitian dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linear menunjukkan adanya pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial terhadap keputusan pembelian jagung rebus dan adanya pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan terhadap keputusan pembelian jagung rebus. Pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian dikategorikan pengaruh yang kuat yaitu sebesar 68,4%.

*Kata kunci: Jagung rebus, keputusan pembelian konsumen*

### **ABSTRACT**

Corn on the cob is one form of business corn development management business from year to year increase. This is evident from the increasing number of merchants and buyers corn on the cob in Jalan Timor Raya kilometer 29 Oesao rice fields, but not yet clearly known what factors are affecting consumers in the purchase decision of corn on the cob in the Village Oesao. The purpose of this study were 1) to investigate the influence of cultural factors, social, personal and psychological partially on purchasing decisions boiled corn, 2) to determine the influence of cultural, social, personal and psychological simultaneously on purchasing decisions corn on the cob. Research conducted at the District Oesao Village East Kupang Kupang district in September 2019. Sub Oesao selected research areas purposively with consideration that the village Oesao selling corn on the cob is an area visited by many buyers. Respondent by chance (*accidental sampling*), that meet consumers were enjoying or buying corn on the cob at

the study site with the number of respondents was 100 persons. The results based on linear regression analysis shows the influence of cultural variables, social, personal and psychological partially on purchasing decisions corn on the cob and the influence of cultural variables, social, personal and psychological simultaneously on purchasing decisions corn on the cob. Variables influence the cultural, social, personal and psychological influence on purchasing decisions powerful categorized in the amount of 68.4%.

*Keywords: Corn on the cob, consumer purchasing decisions*

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan leading sektor dalam pembangunan perekonomian nasional termasuk kaitannya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan pangan dan bahan baku industri. Sebagai leading sektor peranan tersebut antara lain meningkatkan penerimaan devisa negara melalui ekspor, penyedia lapangan pekerjaan, menggerakkan roda perekonomian yang dapat menciptakan pendapatan petani serta optimalisasi pengelolaan sumber daya alam berkelanjutan. Sektor pertanian terdiri atas beberapa sub sektor, yaitu sub sektor tanaman pangan, hortikultura, peternakan, perikanan dan perkebunan.

Peluang pertumbuhan ekonomi yang berasal dari sektor agribisnis tanaman pangan sangat besar, baik bagi pasar dalam negeri maupun pasar ekspor. Salah satu produk sub sektor tanaman pangan yang cukup potensial adalah jagung, hal ini disebabkan karena iklim di Indonesia memungkinkan tanaman jagung tumbuh dan berkembang.

Kabupaten Kupang adalah salah satu daerah penghasil jagung dan Kecamatan Kupang Timur merupakan salah satu Kecamatan yang memberikan kontribusi terhadap produksi jagung di Kabupaten Kupang. Tahun 2015 Kecamatan Kupang Timur menghasilkan jagung 1.282 atau 0.025% dari total produksi jagung Kabupaten Kupang sebesar 49.909 Ton. Dengan luas panen 458 ha dengan produktivitas 2,8 ton/ha (BPS Kab. Kupang, 2016) Tahun 2016 Kecamatan Kupang Timur menghasilkan jagung 2 681,56 Ton 0.077% dari total produksi jagung Kabupaten Kupang (34 580,56 ton) dengan luas panen 957,7 Ha produktivitas 2,8 ton/ha. sedangkan pada tahun (BPS Kab Kupang 2017), dan pada tahun 2017 Kecamatan Kupang Timur menghasilkan jagung 2.398 ton 0.021% dari total produksi jagung Kabupaten Kupang (109

961,04 ton) dengan luas panen 959,2 ha, produktivitas 2,5 ton/ha, (BPS kab. Kupang 2018).

Jagung rebus merupakan salah satu olahan produk jagung, yang mana perkembangan usaha jagung rebus dari tahun ke tahun terus meningkat, ini terlihat dari terus bertambahnya jumlah pedagang jagung rebus di Jalan Timor Raya kilometer 29 daerah persawahan Oesao. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan konsumen terhadap jagung rebus terus meningkat. Jagung rebus merupakan produk makanan sama halnya seperti jagung bakar, pop corn dan sebagainya, yang sama-sama dihasilkan dari olahan jagung dan merupakan jenis bahan pangan yang banyak mengandung karbohidrat. Lokasi jual jagung rebus yang strategis membuat konsumen tidak kesulitan dalam mencarinya, konsumen dapat langsung menikmati jagung rebus yang terletak di pinggiran jalan persawahan Oesao, disamping konsumen menikmati jagung rebus konsumen juga dapat menikmati pemandangan areal persawahan.

Keadaan ekonomi seseorang yang semakin membaik dapat menyebabkan perubahan pola konsumsi dan cara makan masyarakat. Masyarakat yang memiliki pendapatan yang tinggi cenderung akan mengkonsumsi makanan yang berorientasi pada kesenangan. Selain itu, kesibukan masyarakat dalam melakukan rutinitas pekerjaan sehari-hari yang banyak menyita waktu, menyebabkan mereka tidak mempunyai waktu yang cukup untuk menyiapkan makanan, sehingga menimbulkan kebiasaan baru yaitu makan diluar rumah. Perubahan perilaku konsumsi dapat mempengaruhi timbulnya tuntutan pemenuhan pangan yang berkualitas, dengan cita rasa tertentu, harga yang terjangkau dan juga praktis. Hal tersebut menjadi kesempatan bagi

pedagang untuk mengembangkan usaha pelayanan antara lain usaha jagung rebus.

Sejauh ini belum diketahui secara jelas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jagung rebus di Kelurahan Oesao, keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kotler (2005) mengemukakan bahwa para konsumen membuat keputusan tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitarnya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Unggul dalam pengetahuan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumennya, maka pedagang jagung rebus dapat lebih mengenal konsumennya, sehingga dapat memberikan kepuasan, serta dapat mempertahankan konsumennya.

Melihat perkembangan usaha jagung rebus yang terus meningkat dan selalu terlihat ramai dikunjungi konsumen menjadikan daya tarik bagi penulis mengetahui lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jagung rebus, dengan judul penelitian “Analisis keputusan konsumen dalam pembelian jagung rebus di Kelurahan Oesao Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang.” Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial terhadap keputusan pembelian jagung rebus. 2) Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan terhadap keputusan pembelian jagung rebus.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dilokasi penjualan jagung rebus yang ada di Jalan

Timor Raya km 29 Kelurahan Oesao, Kecamatan Kupang Timur, Kabupaten Kupang. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan September 2019. penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Oesao merupakan daerah penjualan jagung rebus yang banyak dikunjungi pembeli. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang sedang menikmati atau membeli jagung rebus dilokasi penelitian, dikarenakan tidak diketahui jumlah populasinya secara pasti, Hair (2006) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang jika tidak diketahui jumlah populasinya secara pasti, minimal berjumlah lima kali variabel yang di analisa atau indikator. Indikator dari penelitian ini berjumlah 20, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut. Jumlah sampel =  $5 \times 20 = 100$  sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer diperoleh langsung dari hasil pengamatan atau teknik wawancara yaitu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Data sekunder meliputi data keadaan fisik lokasi penelitian dan data-data yang diperlukan yang diperoleh dari literatur dan buku-buku yang terkait dengan penelitian ini.

#### Model Analisis Data

##### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui faktor-faktor pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian jagung rebus dengan melakukan analisis regresi linear berganda.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
- X1 = Budaya
- X2 = Sosial
- X3 = Pribadi
- X4 = Psikologis
- b<sub>1</sub>-b<sub>4</sub> = koefisien regresi variabel perilaku konsumen
- a = Konstanta
- e = Error

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji – t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = Distribusi t
- r = Koefisien korelasi parsial
- r<sup>2</sup> = Koefisien determinasi
- n = Jumlah data

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

$$F = \frac{R^2}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R<sup>2</sup> = koefisien determinasi
- k = jumlah variabel independenden
- n = Jumlah anggota data atau kasus

4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai

koefisien korelasi sudah diketahui maka untuk medapatakan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

- Kd = Koefisien determinasi
- r<sup>2</sup> = Koefisien korelasi

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan antara variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi terhadap variabel keputusan pembelian. Adapun hasil dari uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Regresi

Model	B
(Constant)	1.740
Kebudayaan (X1)	.295
Sosial (X2)	.241
Pribadi (X3)	.262
Psikologi (X4)	.422

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\text{Keputusan pembelian} = 1.740 + 0.295 X_1 + 0.241 X_2 + 0.262 X_3 + 0.422 X_4 + e$$

1. Nilai Konstanta sebesar 1.740 menyatakan bahwa variabel independent mengalami peningkatan sebesar 1.740 maka minat keputusan pembelian jagung rebus bernilai 1.740
2. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,295 yang dimana variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jagung rebus
3. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,241 yang dimana variabel sosial berpegaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jagung rebus

4. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,262 yang dimana variabel pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jagung rebus
5. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,422 yang dimana variabel psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jagung rebus.

#### Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji – t)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial dalam menerangkan variasi variabel keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Tabel 2. Hasil Uji t (Uji Signifikansi Parsial)

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kebudayaan  
Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0.005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.866 > t$  tabel 1,985 hal ini menunjukkan terdapat pengaruh faktor kebudayaan terhadap keputusan pembelian jagung rebus.
2. Variabel Sosial  
Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,020 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.358 > t$  tabel 1,985, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian jagung rebus.
3. Variabel Pribadi  
Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X3

Variabel	T	Sig	Keterangan
Kebudayaan	2.866	.005	Signifikan
Sosial	2.358	.020	Signifikan
Pribadi	4.924	.000	Signifikan
Psikologi	5.793	.000	Signifikan

Sumber: Data Primer ] diolah (2019)

terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4.924 > t$  tabel 1,985, , hal ini menunjukkan terdapat pengaruh

faktor pribadi terhadap keputusan pembelian jagung rebus.

4. Variabel Psikologi  
Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X4 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5.793 > t$  tabel 1,985, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pembelian jagung rebus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara Parsial terhadap keputusan pembelian jagung rebus di Kelurahan Oesao. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanti (2017), dengan judul penelitian pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian di cafe cangkir klasik jember hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel faktor budaya terhadap keputusan pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. dan juga mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Suprayitno (2015) dengan judul penelitian pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran gado-gado boplo, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian secara parsial terhadap keputusan pembelian.

#### Uji Signifikansi Simultan (Uji – F )

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan dalam menerangkan variasi variabel keputusan pembelian.

Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

F	Sig.
51.421	.000 <sup>a</sup>

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 secara simultan terhadap Y sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $51,421 > F$  tabel 2,47 hal ini berarti terdapat pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian jagung rebus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jagung rebus di Kelurahan Oesao. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Urfana (2012) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji pada konsumen Chicken (KFC) Walikota Medan dan juga mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Mercy (2014) dengan judul penelitian Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia Di Kota Padang hasil penelitian menunjukkan Secara simultan variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

### Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel x secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.827 <sup>a</sup>	.684	.671

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Tabel 4 diketahui nilai R Square sebesar 0,684 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 68,4%. Sedangkan sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Adanya pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial terhadap keputusan pembelian jagung rebus.
2. Adanya pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan terhadap keputusan pembelian jagung rebus. Pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian dikategorikan Pengaruh yang kuat yaitu sebesar 68,4%.

### Saran

Saran dari penelitian ini yaitu, diperlukannya penambahan variabel-variabel lain seperti harga promosi dan lain-lain yang belum diikutsertakan di dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian jagung rebus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang
- BPS Kabupaten Kupang, 2016. *Kabupaten Kupang Dalam Angka*. BPS Kabupaten Kupang

- BPS Kabupaten Kupang, 2017. *Kabupaten Kupang Dalam Angka*. BPS Kabupaten Kupang
- BPS Kabupaten Kupang, 2018. *Kabupaten Kupang Dalam Angka*. BPS Kabupaten Kupang
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta.SalembaEmpat:
- Djaslim, Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Bandung, Linda Karya
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang:BadanPenerbit UNDIP.
- Hair, J.F. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. 2005.*Manajemen Pemasaran* jilid I dan II.Jakarta. PT. Indeks
- Mercy. 2014. Jurnal Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia Di Kota Padang. Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP- PGRI Sumbar. <https://media.neliti.com/media/publications/43010-ID-pengaruh-faktor-budaya-sosial-pribadi-dan-psikologis-terhadap-keputusan-pembelia.pdf> Diakses pada 27 Januari 2020 pukul 17 : 56
- Susanti G. A., Qomariah N., & Anwar. 2017. Jurnal Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Cangkir Klasik Jember. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhamadiyah Jember. [http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN\\_IPTEKS/article/view/1899/1560](http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1899/1560) Diakses pada 28 Januari 2020 pukul 19 : 28
- Suprayitno A, Rochaeni S, & Purnomowati R. 2015. Jurnal Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo. Program studi agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/agribusiness/article/viewFile/5293/3501> Diakses pada 28 januari 2020 pukul 22 : 52
- Urfana , Sembiring B. K. F. 2012. Jurnal Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/jmim/article/view/2308> Diakses pada 27 januari 2020 pukul 17 :