**ABSTRAK**

Jenis beras yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia ada beberapa jenis jika dilihat berdasarkan warna diantaranya adalah beras putih dan beras merah. Beras merah memiliki serat 5 kali lebih tinggi dari pada beras putih. Beras merah dipercaya dapat menurunkan kadar kolestrol dan kadar lemak rendah serta karbohidrat dan protein pada beras merah lebih mudah dicerna oleh tubuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden (jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendapatan) dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian beras merah di pasar modern (Alfamidi Kecamatan Medan Johor). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dengan responden, yaitu konsumen yang membeli Beras Merah dengan menggunakan kuesioner (angket). Metode analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif dan analisis skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik konsumen beras merah di pasar modern digambarkan melalui beberapa sebaran. Rata-rata berejenis kelamin perempuan dengan rentang umur 18-28 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta dan pendapatan sebesar > Rp. 3.000.000 dan Konsumen memiliki persepsi yang sangat baik pada tolak ukur Gaya hidup (92,27%), Kandungan Gizi (90,67%), Lokasi (84,00%), Harga (84,00%), dan Tekstur (80,27%). Sedangkan Kualitas (78,67%), Kemasan (76,27%) termasuk pada kategori baik terhadap keputusan pembelian. Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 83,74%. Maka persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian beras merah di pasar modern dikategorikan sangat baik.

***Kata kunci: persepsi konsumen, keputusan pembelian, beras merah***

***ABSTRACT***

*The type of rice consumed by the people of Indonesia there are several types when viewed based on color including white rice and brown rice. Brown rice has 5 times higher fiber than white rice. Brown rice is believed to lower cholesterol levels and low-fat levels and carbohydrates and proteins in brown rice are more easily digested by the body. The objective of this research was to find out the characteristics of respondents (gender, age, occupation and income) and consumer perception of brown rice purchasing decisions in the modern market (Alfamidi Medan Johor Sub-District). The number of respondents in this research was 25 people. The data collection technique in this research through interviews with respondents, namely consumers who buy Brown Rice using questionnaires (questionnaires). The analytical methods used are descriptive analysis and Likert scale analysis. The results showed that the characteristics of brown rice consumers in the modern market are described through several distributions. The average female gender with an age range of 18-28 years with a job as a private employee and income of > Rp. 3,000,000 and Consumers have an excellent perception of lifestyle benchmarks (92.27%), Nutritional Content (90.67%), Location (84.00%), Price (84.00%), and Texture (80.27%). While Quality (78.67%), Packaging (76.27%) belongs to the category of good on purchasing decisions. The average of the overall calculation of the score index is 83.74%. So, the consumer's perception of the decision to buy brown rice in the modern market is categorized very well.*

***Keywords: Consumer Perception, Purchasing Decisions, Brown Rice***