Persepsi Kenaikan Harga dan Sensitivitas Harga dalam Pembelian Pangan melalui Tinjauan Sistematis

Berlian Dwi Samudra[1*], Nofita Wulansari[2], Felda Nathania Salsabilla[3], Nia Adela Prameswari[4]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia[1,2,3,4]
22012010287@student.upnjatim.ac.id[1], 22012010181@student.upnjatim.ac.id[2],*
22012010212@student.upnjatim.ac.id[3], 22012010188@student.upnjatim.ac.id[4]

Abstract
Purpose: This study examines how previous empirical research explains the relationships of perceived food price increases and price sensitivity with food purchasing decisions and household purchasing adjustments.
Methodology/approach: A systematic literature review is being developed using PRISMA 2020 reporting guidance and design-specific JBI appraisal checklists. The working corpus comprises 12 independent studies reported in 13 journal publications from 2022–2026, retained after a first assessment. Evidence is synthesized narratively by construct, outcome, and research design; two Hunter publications constitute one study family.
Results/findings: Perceived price increases are associated with reported purchasing adjustments, including lower-priced choices and changes in shopping strategies. Psychological price sensitivity is related to behavioral adjustment, while transaction analyses and demand models show heterogeneous responses across food categories and household characteristics. These findings represent different constructs and cannot be interpreted as a single effect. Evidence from a pricing and merchandising intervention also requires separation of intervention components and time patterns.
Limitations: Search records, comprehensive deduplication, and independent second appraisal remain incomplete. Measurement heterogeneity, contextual differences, and a sample-size inconsistency in one study restrict quantitative comparison and generalization.
Contribution: The review provides a construct-sensitive synthesis for consumer behavior research and identifies priorities for linking subjective price assessments with observed purchasing. It offers an academically reviewable draft rather than a finalized systematic review or a local effect estimate for Surabaya**.**

Keywords: *perceived price increases*; *price sensitivity*; *food purchasing*; *household adjustment*; *systematic literature review*

1. Pendahuluan
Kenaikan harga pangan membuat rumah tangga harus mengatur pengeluaran agar kebutuhan makan tetap terpenuhi dengan sumber daya yang terbatas. Dalam menghadapi kondisi tersebut, konsumen tidak selalu memilih untuk tetap membeli atau berhenti membeli suatu produk. Mereka dapat melakukan berbagai penyesuaian, seperti mengganti merek, memilih tempat belanja yang lebih murah, memanfaatkan promosi, mengganti jenis pangan, atau mengurangi jumlah pembelian. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki cara yang berbeda dalam menyesuaikan pembelian sesuai dengan kondisi dan pilihan yang tersedia. Oleh karena itu, keputusan pembelian pangan perlu dipahami sebagai proses yang mencakup berbagai bentuk penyesuaian, bukan hanya berdasarkan keputusan membeli atau tidak membeli (Grunert et al., 2023a; Hunter, Stone, et al., 2025; Yoon et al., 2026)

Persoalan ini penting dalam kajian perilaku konsumen karena kebutuhan pangan harus tetap dipenuhi meskipun harga mengalami perubahan. Namun, konsumen yang tetap membeli pangan belum tentu mempertahankan pola pembelian yang sama. Mereka dapat beralih ke produk yang lebih murah untuk mempertahankan jumlah pembelian, atau mengurangi jumlah pembelian sehingga jenis pangan yang

dikonsumsi menjadi lebih terbatas. Pada konsumen daging organik, keputusan memilih produk pengganti tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh pertimbangan mengenai kesejahteraan hewan, cara produksi pangan, dan dampaknya terhadap lingkungan. Sementara itu, pada kelompok yang mengalami kerawanan pangan, pilihan pembelian lebih banyak dibatasi oleh kemampuan keuangan dan kemudahan memperoleh pangan. Hal ini menunjukkan bahwa respons konsumen terhadap kenaikan harga perlu dipahami dengan mempertimbangkan alternatif produk yang tersedia serta kondisi yang dihadapi masing-masing konsumen (Hunter, Johnstone, et al., 2025; Schou et al., 2026).

Tekanan harga dapat dilihat dari dua sisi, yaitu perubahan harga yang terjadi secara nyata dan persepsi konsumen terhadap kenaikan harga. Perubahan indeks harga menunjukkan perubahan harga dari sejumlah barang dan jasa yang dijadikan acuan. Sementara itu, persepsi kenaikan harga menggambarkan bagaimana konsumen merasakan dan menilai perubahan harga berdasarkan pengalaman mereka saat berbelanja. Kedua hal tersebut saling berkaitan, tetapi tidak dapat digunakan sebagai ukuran yang sama. Hal ini karena setiap konsumen membeli jenis dan jumlah produk yang berbeda, sehingga pengalaman dan penilaian mereka terhadap kenaikan harga juga dapat berbeda. Dalam korpus ini, (Yoon et al., 2026) meneliti pengalaman konsumen secara langsung dalam merasakan kenaikan harga. Sementara itu, (Zhang & Liu, 2026) mengkaji respons rumah tangga dengan mempertimbangkan tingkat inflasi yang terjadi secara nyata. Perbedaan pendekatan ini memengaruhi kesimpulan yang dapat diambil dari masing-masing penelitian. Penelitian yang berfokus pada pengalaman konsumen menjelaskan bagaimana konsumen merasakan kenaikan harga, sedangkan penelitian yang menggunakan data inflasi objektif menjelaskan bagaimana kondisi kenaikan harga berkaitan dengan respons rumah tangga.

Sensitivitas harga merupakan aspek lain yang perlu dibedakan dalam penelitian perilaku konsumen. Dalam survei, sensitivitas harga menggambarkan seberapa besar perhatian konsumen terhadap harga dan seberapa penting harga dalam menentukan pilihan belanja. Sementara itu, dalam analisis permintaan, respons terhadap harga mengacu pada perubahan jumlah pembelian yang berkaitan dengan perubahan harga. (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023) menggunakan pertanyaan mengenai sensitivitas harga dan indeks perubahan pembelian, sedangkan (Davies et al., 2025) menghitung elastisitas harga berdasarkan data pembelian. Kedua penelitian tersebut sama-sama membahas respons konsumen terhadap harga, tetapi mengukur aspek yang berbeda. Oleh karena itu, hasil keduanya tidak dapat langsung dianggap mengukur hal yang sama. Sensitivitas harga dalam survei menggambarkan kecenderungan konsumen dalam mempertimbangkan harga, sedangkan elastisitas harga menunjukkan besarnya perubahan pembelian yang berkaitan dengan perubahan harga.

Perbedaan juga terdapat pada aspek pembelian yang diukur dalam penelitian. Pengeluaran uang, jumlah pangan yang dibeli, pilihan merek, dan strategi menghemat pengeluaran dapat menunjukkan perubahan yang berbeda. Sebagai contoh, pengeluaran konsumen dapat meningkat meskipun jumlah pangan yang dibeli berkurang karena harga produk naik. Sebaliknya, konsumen dapat berpindah ke tempat belanja yang lebih murah untuk mempertahankan jumlah pembelian tanpa menambah anggaran. Oleh karena itu, model permintaan dan survei mengenai strategi belanja dapat memberikan informasi yang saling melengkapi. Dalam mensintesis hasil penelitian, setiap jenis hasil pengukuran perlu dibedakan agar peningkatan pengeluaran tidak langsung diartikan sebagai peningkatan konsumsi atau membaiknya kemampuan membeli (Davies et al., 2025; Valera et al., 2022; Yoon et al., 2026).

Penelitian terdahulu menggunakan berbagai metode untuk menjelaskan respons konsumen terhadap perubahan harga, seperti survei, data transaksi pembelian, model permintaan, intervensi, wawancara, dan analisis media sosial. Beragam metode tersebut memungkinkan peneliti membandingkan alasan yang disampaikan konsumen dengan pola pembelian yang tercatat. Namun, perbedaan metode juga perlu diperhatikan agar hasil penelitian tidak disamakan begitu saja. Pernyataan konsumen mengenai pengalaman mereka tidak sama dengan hasil perhitungan statistik berdasarkan data pembelian. Demikian pula, hasil simulasi kebijakan tidak dapat langsung dianggap mencerminkan perilaku pembelian yang benar-benar terjadi setelah perubahan harga. Oleh sebab itu, pemilihan artikel untuk tinjauan sistematis tidak cukup hanya berdasarkan penggunaan kata harga, tetapi juga perlu

mempertimbangkan variabel, metode, dan hasil yang diteliti (Bao et al., 2024; Chan & Roy, 2024; Mah et al., 2023)

Kesenjangan yang menjadi dasar penelitian ini terletak pada perlunya memahami hubungan antara berbagai jenis bukti tersebut. Dalam kumpulan penelitian yang sedang dikaji, persepsi kenaikan harga, sensitivitas harga, dan respons pembelian belum menggunakan ukuran yang sepenuhnya sebanding. Beberapa penelitian menjelaskan cara konsumen menyesuaikan pembelian, sedangkan penelitian lain menghitung besarnya perubahan pembelian pada kategori pangan tertentu. Oleh karena itu, tinjauan sistematis ini diarahkan untuk memetakan konsep yang digunakan, aspek pembelian yang diukur, serta batas kesimpulan yang dapat ditarik dari setiap metode penelitian. Kesenjangan ini dibatasi pada penelitian yang telah diperiksa dan tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa pengukuran terpadu belum pernah dilakukan dalam seluruh literatur yang tersedia.

Bagi pengembangan penelitian di Surabaya, pemetaan tersebut dapat membantu menentukan aspek yang perlu diukur sebelum hubungan antara sensitivitas harga, persepsi kenaikan harga, dan pembelian pangan diuji pada konsumen setempat. Penelitian internasional dapat memberikan konsep dan penjelasan mengenai kemungkinan cara konsumen merespons perubahan harga. Namun, hasil penelitian tersebut tidak dapat langsung dianggap mewakili kondisi rumah tangga di Surabaya. Perbedaan jenis pangan yang dibeli, tempat berbelanja, dan kondisi rumah tangga perlu diperiksa menggunakan data lokal. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada sintesis bukti mengenai pembelian kebutuhan pangan, dengan kesimpulan yang dibatasi oleh cakupan dan metode tinjauan sistematis yang digunakan. Penelitian ini juga tidak menyatakan adanya kekosongan penelitian khusus di Surabaya tanpa didukung pencarian literatur yang secara khusus membahas wilayah tersebut.

Penelitian ini bertujuan mensintesis temuan penelitian empiris mengenai hubungan sensitivitas harga dan persepsi kenaikan harga dengan keputusan atau penyesuaian pembelian pangan. Berdasarkan tujuan tersebut, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut.

1. RQ1: Bagaimana temuan penelitian terdahulu menjelaskan hubungan sensitivitas harga dengan keputusan atau penyesuaian pembelian pangan?
2. RQ2: Bagaimana temuan penelitian terdahulu menjelaskan hubungan persepsi kenaikan harga dengan keputusan atau penyesuaian pembelian pangan?

Kedua pertanyaan tersebut dijawab melalui sintesis naratif dengan membedakan bukti yang secara langsung membahas hubungan variabel penelitian, bukti pendukung dari analisis ekonomi, dan penjelasan berdasarkan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini terdapat 12 studi yang diterima untuk dipertimbangkan dalam proses tinjauan. Akan tetapi jumlah tersebut belum menunjukkan bahwa seluruh tahapan tinjauan sistematis telah selesai dilakukan.

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Persepsi Kenaikan Harga (Perceived Price Increases)

Persepsi kenaikan harga dalam review ini diartikan sebagai penilaian konsumen bahwa harga pangan yang mereka hadapi mengalami peningkatan dibandingkan dengan harga sebelumnya atau kondisi yang dijadikan sebagai pembanding. Definisi ini disusun berdasarkan cara setiap penelitian mengukur persepsi kenaikan harga, bukan dengan menganggap bahwa semua penelitian menggunakan skala pengukuran yang sama. (Yoon et al., 2026), misalnya, mengukur persepsi menggunakan satu pernyataan dengan skala persetujuan 1–7. Sementara itu, (Grunert et al., 2023a) mengukur apakah konsumen menyadari adanya kenaikan harga pada kategori pangan tertentu. Perbedaan cara pengukuran dan jenis pangan yang diteliti menyebabkan hasil dari kedua penelitian tersebut tidak dapat dibandingkan secara langsung.

Persepsi kenaikan harga juga perlu dibedakan dari keterjangkauan dan kewajaran harga. Konsumen yang menyadari adanya kenaikan harga belum tentu menganggap harga tersebut tidak wajar atau tidak

mampu membelinya. Sebaliknya, konsumen yang merasa harga relatif stabil tetap dapat mengalami kesulitan membeli pangan karena kondisi anggaran yang terbatas. Oleh karena itu, review ini tidak langsung mengkategorikan semua penelitian tentang penilaian harga sebagai penelitian mengenai persepsi kenaikan harga. Setiap penelitian perlu diperiksa berdasarkan isi pertanyaan, periode yang dijadikan pembanding, serta variabel hasil yang diukur sebelum temuannya digunakan untuk menjawab RQ2.

2.1.2 Sensitivitas Harga (Price Sensitivity)

Sensitivitas harga psikologis dalam review ini diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk memperhatikan harga dan mempertimbangkannya ketika mengambil keputusan pembelian. Pengukuran yang ditemukan dalam kumpulan artikel berasal dari (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023), yang menggunakan enam pernyataan dengan skala jawaban 1–5. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin besar perhatian konsumen terhadap harga. Namun, skor sensitivitas harga perlu dibedakan dari skor perubahan perilaku pembelian karena keduanya mengukur hal yang berbeda. Oleh karena itu, meskipun suatu artikel menggunakan istilah sensitivitas harga, isi setiap pernyataan tetap perlu diperiksa untuk memastikan aspek yang benar-benar diukur.

Sensitivitas harga psikologis juga berbeda dari elastisitas harga permintaan. Elastisitas harga permintaan merupakan konsep ekonomi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perubahan jumlah barang yang diminta sebagai respons terhadap perubahan harga. Besarnya elastisitas menunjukkan tingkat respons permintaan terhadap perubahan harga, tetapi interpretasinya bergantung pada kategori barang, jenis elastisitas, dan model yang digunakan. (Davies et al., 2025) , misalnya, menyajikan estimasi elastisitas pada 18 kelompok pangan, sedangkan (Valera et al., 2022) menggunakan sistem permintaan dengan harga yang dibentuk melalui perhitungan tertentu. Hasil pengukuran tersebut tidak dapat langsung digunakan untuk menggambarkan seberapa besar perhatian setiap konsumen terhadap harga. Oleh karena itu, review ini membedakan sensitivitas harga psikologis sebagai karakteristik konsumen dengan elastisitas harga sebagai ukuran respons permintaan. Elastisitas digunakan sebagai informasi pendukung untuk menjawab RQ1.

Penelitian (Bao et al., 2024) menunjukkan bahwa data transaksi dapat digunakan untuk memahami perbedaan respons pembelian berdasarkan karakteristik konsumen dan jenis pangan yang dibeli. Data transaksi memberikan informasi mengenai perilaku pembelian yang benar-benar tercatat, tetapi tidak secara langsung menjelaskan alasan konsumen melakukan pembelian tersebut. Sebaliknya, pengukuran psikologis dapat membantu menjelaskan bagaimana konsumen mempertimbangkan harga berdasarkan jawaban yang mereka berikan. Dengan demikian, pemilihan jenis data perlu disesuaikan dengan tujuan penelitian. Data psikologis digunakan untuk memahami pertimbangan konsumen, sedangkan data transaksi digunakan untuk melihat pola pembelian yang tercatat. Apabila kedua jenis data tersebut digabungkan, peneliti perlu memastikan bahwa unit analisis dan periode pengukurannya sesuai, bukan hanya menganggap keduanya sama karena menggunakan istilah konstruk yang serupa.

2.1.3 Keputusan Pembelian dan Penyesuaian Pembelian Pangan

Keputusan pembelian dalam review ini mencakup beberapa aspek, yaitu pemilihan produk, merek, tempat berbelanja, frekuensi pembelian, jumlah produk yang dibeli, dan alokasi anggaran. Sementara itu, penyesuaian pembelian diartikan sebagai perubahan pada satu atau beberapa aspek tersebut ketika konsumen menghadapi kenaikan harga atau keterbatasan biaya. Pengertian ini memungkinkan hasil penelitian, baik kualitatif maupun kuantitatif, dianalisis tanpa harus menggunakan satu skala pengukuran yang sama. Namun, pengalaman konsumsi hanya diperhitungkan apabila berkaitan dengan cara konsumen memperoleh atau memilih pangan, bukan sekadar perubahan jumlah makanan yang dikonsumsi tanpa penjelasan mengenai hubungannya dengan pembelian.

Penyesuaian pembelian dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti tetap membeli produk yang sama dengan mencari harga yang lebih murah, mengganti produk dengan alternatif lain, atau mengurangi

jumlah pembelian. Kategori tersebut digunakan untuk memudahkan pengelompokan hasil penelitian, bukan sebagai tahapan yang selalu terjadi pada setiap konsumen. Dalam penelitian mengenai konsumen produk organik, nilai etis dapat mempengaruhi kesediaan konsumen untuk beralih ke produk alternatif. Sementara itu, pengalaman kelompok rentan dapat menjelaskan upaya mereka dalam mempertahankan akses terhadap pangan. Temuan ini menunjukkan bahwa konteks penelitian perlu tetap diperhatikan ketika mengelompokkan strategi pembelian yang sekilas terlihat serupa (Hunter, Stone, et al., 2025; Schou et al., 2026)

Penggunaan instrumen dengan satu pilihan jawaban dan beberapa pilihan jawaban juga memiliki keterbatasan yang berbeda. Instrumen dengan satu pilihan dapat menunjukkan respons utama konsumen, tetapi berisiko tidak menangkap beberapa tindakan yang dilakukan secara bersamaan. Sebaliknya, instrumen dengan beberapa pilihan memungkinkan peneliti mengidentifikasi kombinasi strategi yang digunakan konsumen. Namun, persentase dari setiap pilihan tidak dapat langsung dijumlahkan sebagai kelompok yang terpisah karena satu responden dapat memilih lebih dari satu strategi. Selain itu, dalam data penjualan, perubahan jumlah unit produk yang terjual tidak selalu menunjukkan perubahan jumlah pembeli. Prinsip ini digunakan sebagai dasar untuk membaca dan membandingkan hasil penelitian (Grunert et al., 2023a; Mah et al., 2023; Yoon et al., 2026) secara konsisten.

2.2 Pengembangan Hipotesis

Hubungan konseptual pertama menjelaskan bahwa sensitivitas psikologis terhadap harga dapat berkaitan dengan strategi yang dipilih konsumen saat membeli pangan. Bukti penelitian yang digunakan perlu menunjukkan bagaimana perhatian konsumen terhadap harga berhubungan dengan hasil atau tindakan tertentu. Hubungan kedua menjelaskan bahwa persepsi terhadap kenaikan harga dapat berkaitan dengan tindakan konsumen dalam menyesuaikan pembelian. Kedua hubungan tersebut tidak selalu menghasilkan peningkatan atau penurunan pada satu ukuran keputusan yang sama. Hal ini karena mengganti merek, mengurangi jumlah pembelian, dan berpindah tempat berbelanja merupakan tindakan yang memiliki makna berbeda (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023; Yoon et al., 2026) .

Bukti dari penelitian ekonomi dan kualitatif digunakan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai hubungan tersebut. Model permintaan menunjukkan adanya perbedaan respons konsumen dalam menentukan jumlah produk yang dibeli. Sementara itu, penelitian kualitatif menjelaskan berbagai keterbatasan dan pertimbangan yang mempengaruhi pilihan konsumen. Penelitian mengenai paket intervensi harga dan *merchandising* juga memberikan bukti tentang perubahan lingkungan pembelian, tetapi belum dapat menjelaskan secara terpisah pengaruh sensitivitas harga pada setiap individu. Oleh karena itu, sintesis tetap mempertahankan kontribusi masing-masing desain penelitian tanpa menyusun tingkatan pengaruh statistik yang tidak sesuai dengan tujuan dan pertanyaan penelitian (Chan & Roy, 2024; Davies et al., 2025; Mah et al., 2023).

Penelitian ini tidak merumuskan hipotesis statistik karena tidak mengumpulkan data primer untuk menguji parameter pada konteks lokal maupun pengaruh beberapa variabel secara bersamaan. Pengembangan hubungan konseptual difokuskan pada dua pertanyaan review yang telah dirumuskan. Analisis dilakukan dengan memperhatikan konsistensi pola temuan, perbedaan antar variabel yang diteliti, serta batasan penjelasan yang dapat diberikan berdasarkan sumber yang tersedia. Dengan kerangka tersebut, jawaban atas RQ1 dan RQ2 dapat dibandingkan tanpa menganggap bahwa setiap artikel telah menguji seluruh hubungan antara persepsi harga, sensitivitas harga, dan keputusan pembelian secara bersamaan.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Desain dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu metode tinjauan literatur yang dilakukan secara sistematis melalui tahapan identifikasi, seleksi, penilaian, dan sintesis hasil penelitian yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara terstruktur dan transparan (Page

et al., 2021). Metode ini digunakan untuk mensintesis bukti empiris mengenai keterkaitan persepsi kenaikan harga dan sensitivitas harga dengan keputusan atau penyesuaian pembelian pangan. Unit sintesis dalam penelitian ini adalah studi independen, sedangkan publikasi ilmiah digunakan sebagai sumber ekstraksi data. Pelaporan proses tinjauan mengacu pada pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020, yang menyediakan panduan pelaporan sistematis mengenai proses identifikasi, seleksi, penilaian, dan sintesis studi dalam tinjauan literatur (Page et al., 2021). Adapun proses seleksi studi, ekstraksi data, penilaian kritis, dan sintesis temuan dilaksanakan sebagai prosedur metodologis penelitian yang dilaporkan secara terpisah. Status pelaksanaan saat penyusunan draf masih berupa review dalam proses; strategi pencarian dan keputusan seleksi seluruh rekaman belum ditutup. Uraian prosedur berikut membedakan langkah yang sudah dilakukan dari langkah yang masih memerlukan verifikasi, sehingga tidak memberikan kesan bahwa seluruh tahapan telah selesai (Page et al., 2021).

RQ1 dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana temuan penelitian terdahulu menjelaskan hubungan sensitivitas harga dengan keputusan atau penyesuaian pembelian pangan? RQ2 menanyakan: Bagaimana temuan penelitian terdahulu menjelaskan hubungan persepsi kenaikan harga dengan keputusan atau penyesuaian pembelian pangan? Respons pembelian mencakup pilihan merek, tempat belanja, substitusi produk, frekuensi, kuantitas, dan alokasi pengeluaran. Perubahan konsumsi digunakan apabila sumber menjelaskan keterkaitannya dengan penyesuaian pemilihan atau perolehan pangan, bukan semata-mata perubahan asupan yang tidak berhubungan dengan harga.

Konstruk dikelompokkan sebelum sintesis menjadi persepsi kenaikan harga, sensitivitas harga psikologis, respons permintaan terhadap harga objektif, dan penjelasan kualitatif penyesuaian belanja. Kelompok ketiga memberi bukti ekonomi pendamping dan tidak dianggap sebagai pengukuran identik dengan sensitivitas psikologis. Demikian pula, inflasi objektif tidak menggantikan persepsi konsumen. Pemetaan dilakukan pada tingkat hasil yang relevan: satu artikel dapat memiliki analisis tambahan yang tidak digunakan untuk menjawab RQ. Keberadaan kata harga pada judul tidak cukup sebagai dasar inklusi.

3.2 Sumber Informasi dan Strategi Pencarian

Penelusuran literatur dilakukan melalui pencarian web untuk menemukan publikasi yang tersedia pada situs jurnal, laman penerbit, dan repositori institusi, serta melalui penelusuran daftar pustaka dari penelitian yang relevan. Pencarian pembaruan dilakukan pada 17 Oktober 2026 waktu Indonesia Barat (WIB) dengan menggunakan fasilitas pencarian web di ChatGPT. Kata kunci yang digunakan meliputi: (1) ("*food price increases*" *or* "*food price inflation*") and ("*purchasing behavior*" *or* "*consumer response*"); (2) "*price sensitivity*" *and* "*food purchasing*"; dan (3) "kenaikan harga pangan" *AND* "perilaku pembelian". Pencarian pembaruan ini tidak menggunakan filter otomatis untuk tahun publikasi, bahasa, maupun akses publikasi. Rentang publikasi 2022–2026, penggunaan metode empiris, kesesuaian dengan pertanyaan penelitian, dan ketersediaan teks lengkap menjadi dasar dalam proses penyaringan artikel.

Pencarian melalui web dibedakan dari pencarian secara langsung pada basis data bibliografi. Crossref, DOAJ, PubMed, dan Google Scholar tidak dinyatakan sebagai basis data yang digunakan karena belum tersedia catatan pencarian langsung dari masing-masing platform tersebut. Hasil pencarian pembaruan dicatat secara terpisah dari penelusuran sebelumnya dan digunakan untuk menemukan kembali sumber yang relevan serta mengidentifikasi artikel tambahan yang berpotensi memenuhi kriteria. Namun, ditemukannya suatu artikel melalui pencarian tersebut tidak secara otomatis berarti bahwa artikel itu memenuhi syarat untuk dimasukkan dalam sintesis.

Penilaian kelayakan artikel didasarkan pada pemeriksaan teks lengkap. Jika situs penerbit tidak dapat diakses, salinan artikel asli dari sumber alternatif dapat digunakan dengan tetap mencatat asal dan versi

dokumennya. Abstrak maupun cuplikan hasil pencarian tidak digunakan sebagai pengganti teks lengkap. Tautan sumber, lokasi bukti dalam artikel, dan kendala akses dicatat dalam lampiran audit metodologi. Meskipun demikian, dokumentasi pencarian awal, daftar lengkap hasil pencarian, dan catatan deduplikasi belum terkumpul secara utuh dalam satu sistem. Kondisi ini membatasi kemampuan untuk mengulangi proses penelusuran secara konsisten. Oleh karena itu, proses identifikasi dan seleksi artikel belum dapat dinyatakan selesai.

Penelusuran mencakup istilah yang berkaitan dengan pangan, seperti *food*, *grocery*, *groceries*, dan *staple*, serta istilah mengenai harga, seperti *price increase*, *food inflation*, *price perception*, *price sensitivity*, dan *price elasticity*. Istilah yang berkaitan dengan perilaku konsumen juga digunakan, antara lain *purchasing*, *shopping*, *substitution*, *coping*, dan *consumption adjustment*. Dalam bahasa Indonesia, istilah pencarian mencakup kenaikan harga pangan, persepsi harga, sensitivitas harga, pembelian, konsumsi, dan penyesuaian rumah tangga. Susunan kata kunci disesuaikan dengan fasilitas pencarian pada masing-masing basis data. Operator *AND* digunakan untuk menghubungkan kelompok konsep yang berbeda, sedangkan *OR* digunakan untuk menggabungkan istilah yang memiliki makna serupa. Seluruh konstruk tidak diwajibkan muncul secara bersamaan dalam satu artikel karena suatu penelitian dapat memberikan bukti yang relevan terhadap salah satu pertanyaan penelitian (*Research Question*/RQ).

Rentang publikasi yang ditinjau dimulai dari tahun 2022 hingga tanggal pencarian pembaruan, yaitu 17 Oktober 2026. Tahun publikasi mengikuti informasi bibliografi pada versi jurnal yang tersedia. Jika artikel masih berstatus publikasi daring awal (*online first*), status tersebut dicatat dalam proses ekstraksi data. Artikel yang sama dan tersedia dalam versi daring awal maupun versi terbitan jurnal dihitung sebagai satu publikasi untuk mencegah penghitungan ganda.

Pencarian pembaruan tidak menggunakan filter bahasa secara otomatis. Namun, kemampuan penelaahan artikel dalam bahasa selain Indonesia dan Inggris, termasuk prosedur penerjemahannya, belum terdokumentasi secara lengkap. Dengan demikian, penelitian ini tidak menyatakan bahwa seluruh publikasi dalam berbagai bahasa telah ditelusuri dan dinilai dengan tingkat cakupan yang setara. Keterbatasan dokumentasi tersebut perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil seleksi literatur.

Ketersediaan teks lengkap yang dapat diakses secara terbuka digunakan sebagai salah satu kriteria inklusi agar metode, pengukuran, dan hasil empiris setiap penelitian dapat diperiksa secara langsung. Pembatasan ini berpotensi menimbulkan bias ketersediaan karena penelitian yang relevan, tetapi teks lengkapnya tidak dapat diakses, mungkin tidak tercakup dalam tinjauan. Artikel yang menggunakan data penelitian sebelum tahun 2022 tetap dapat dipertimbangkan selama tahun publikasinya berada dalam rentang yang telah ditetapkan dan memenuhi kriteria inklusi lainnya. Periode pengumpulan data dicatat secara terpisah dari tahun publikasi untuk membantu menilai kesesuaian temuan dengan konteks kenaikan harga pangan yang menjadi fokus tinjauan.

3.3 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Artikel dimasukkan apabila merupakan publikasi jurnal empiris tahun 2022–2026, menyediakan teks lengkap terbuka yang dapat diperiksa, dan meneliti konsumen atau praktik pembelian pangan yang relevan. Metode, unit analisis, pengukuran, dan hasil harus cukup jelas untuk dievaluasi. Bukti dapat berupa pengujian statistik atau penjelasan kualitatif hubungan harga dengan penyesuaian pembelian. Lokasi di luar Surabaya dan objek selain bahan pangan tidak menjadi alasan penolakan apabila konsepnya relevan. Namun, transferabilitasnya tetap dibahas.

Artikel dikeluarkan dari sintesis utama apabila non empiris, tidak memiliki *full-text* yang dapat diperiksa, tidak memberikan hubungan relevan, hanya membahas harga agregat tanpa perilaku konsumen, atau menyajikan hasil yang tidak dapat dievaluasi. Niat membeli, kesediaan membayar, dan

sensitivitas harga tidak disamakan secara otomatis. Hasil terkait niat dapat menjadi konteks teori apabila tidak memenuhi *outcome* yang ditinjau. Duplikasi versi artikel digabung sebagai satu publikasi, sedangkan laporan berbeda dari studi yang sama tetap disimpan sebagai referensi terpisah dalam satu keluarga studi.

Masalah yang menghalangi arti hasil utama menyebabkan penundaan, bukan perbaikan melalui asumsi. Arah pengkodean yang tidak diketahui tidak dibalik sendiri. Ketidakkonsistenan angka dinilai menurut dampaknya terhadap hasil yang digunakan: S12 dibatasi pada pola naratif, sedangkan kandidat dengan persoalan perhitungan yang lebih mendasar tetap ditunda. Pengambilan keputusan tidak bergantung pada signifikansi statistik atau kebutuhan mencapai target jumlah. Semua perubahan keputusan harus memiliki alasan dan bukti yang tercatat.

3.4 Identifikasi, Deduplikasi, Screening

Deduplikasi bibliografi belum dapat dinyatakan selesai karena berkas hasil pencarian awal dan log penghapusan duplikasi belum tersedia secara lengkap. Prosedur yang direncanakan mencakup pemberian ID pada setiap rekaman, pencatatan sumber dan tanggal pencarian, pencocokan DOI, normalisasi judul, serta pemeriksaan nama penulis dan tahun publikasi. Artikel tanpa DOI atau dengan metadata yang berbeda memerlukan pemeriksaan manual. Setiap rekaman yang dihapus sebagai duplikat perlu ditautkan dengan rekaman yang dipertahankan agar keputusan dapat ditelusuri.

Inventaris awal yang memuat 34 publikasi merupakan register keputusan audit, bukan jumlah keseluruhan rekaman yang diperoleh melalui pencarian. Oleh karena itu, angka tersebut tidak digunakan sebagai jumlah identifikasi dalam diagram PRISMA. Duplikasi bibliografi juga dibedakan dari publikasi yang berasal dari satu keluarga studi. Dua publikasi Hunter tetap dicatat sebagai dua laporan, tetapi dihitung sebagai satu studi independen dalam sintesis. Ketidaklengkapan log deduplikasi membatasi keterlacakan proses seleksi dan perlu diselesaikan sebelum pelaporan SLR dinyatakan final.

Tahapan seleksi mencakup penyaringan judul dan abstrak, pengambilan teks lengkap, serta penilaian kesesuaian isi dengan kriteria inklusi–eksklusi. Setiap keputusan eksklusi pada tahap pemeriksaan teks lengkap dicatat dengan satu alasan utama dan, apabila diperlukan, alasan tambahan. Hambatan teknis dalam mengakses situs dibedakan dari ketidaktersediaan teks lengkap secara terbuka. Artikel yang teks lengkapnya belum dapat diperiksa dipertahankan dalam status menunggu pemeriksaan; temuan dan mutu metodologisnya tidak ditetapkan hanya berdasarkan abstrak.

Proses yang terdokumentasi sejauh ini merupakan penilaian pertama berbantuan AI dan belum menggantikan validasi oleh penulis. Identitas penelaah manusia, pembagian tugas aktual, serta mekanisme penyelesaian perbedaan keputusan belum terdokumentasi secara lengkap. Oleh karena itu, penelitian ini belum mengklaim pelaksanaan seleksi oleh dua penelaah independen. Validasi manusia dan pencatatan keputusan seleksi masih diperlukan sebelum proses seleksi dinyatakan selesai.

3.5 Penilaian Mutu dan Ekstraksi

Penilaian awal dilakukan menggunakan checklist *Joanna Briggs Institute* (JBI) versi 2017 sesuai dengan desain masing-masing penelitian. Checklist potong lintang analitis digunakan untuk penelitian survei yang relevan, checklist kohort dengan penyesuaian terbuka digunakan untuk panel data harga kontinu, checklist kualitatif digunakan untuk penelitian berbasis wawancara, kelompok diskusi terarah, atau analisis tematik, sedangkan checklist kuasi-eksperimen digunakan untuk penelitian dengan desain *interrupted time series*. Penggunaan checklist kohort pada panel data transaksi disertai catatan mengenai butir-butir klinis yang tidak sesuai dengan karakteristik data. Oleh karena itu, penerapannya tidak dianggap sebagai penggunaan checklist tanpa penyesuaian. Setiap butir penilaian dikategorikan menjadi ya, tidak, belum jelas, atau tidak berlaku. Persentase penilaian mutu tidak digunakan sebagai

batas kelulusan yang ditetapkan setelah hasil penilaian diketahui (Joanna Briggs Institute, 2017; Joanna Briggs Institute, 2017a, 2017c, 2017b).

Ekstraksi data meliputi informasi bibliografi, negara atau lokasi penelitian, periode pengumpulan data, desain penelitian, jumlah sampel dan unit analisis, definisi konstruk, redaksi instrumen yang tersedia, arah penskoran, metode analisis, hasil yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian, letak bukti dalam artikel, keterbatasan penelitian, serta hubungan antar publikasi yang berasal dari satu kelompok studi. Jumlah peserta, rumah tangga yang berbeda, pengamatan berulang, unggahan, dan minggu penjualan dicatat berdasarkan unit masing-masing. Seluruhnya tidak disamakan sebagai ukuran sampel karena memiliki karakteristik pengukuran yang berbeda.

Apabila ditemukan perbedaan informasi antara uraian dalam teks dan tabel sumber, perbedaan tersebut dicatat secara jelas tanpa melakukan koreksi berdasarkan asumsi. Koefisien hanya digunakan untuk menentukan arah hubungan jika definisi konstruk, arah penskoran, dan jenis besaran yang diestimasi dapat dipastikan. Jika informasi tersebut belum cukup jelas, hasil ditandai sebagai tidak pasti dan tidak digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai arah hubungan.

Lembar ekstraksi data yang tersedia saat ini masih berupa hasil penilaian awal dengan bantuan AI. Pemeriksaan silang terhadap setiap isian oleh peneliti manusia kedua belum terdokumentasi. Dengan demikian, ketepatan hasil ekstraksi belum dapat dinyatakan telah diverifikasi secara independen. Informasi yang belum jelas dan berpotensi mempengaruhi kesimpulan tetap dicatat sebagai keterbatasan. Informasi tersebut perlu diperiksa kembali melalui penelaahan artikel, lampiran, atau klarifikasi kepada penulis sumber sebelum digunakan dalam proses sintesis.

3.6 Sintesis dan Penanganan Studi

Sintesis hasil penelitian dilakukan secara naratif dan terstruktur berdasarkan pertanyaan penelitian (*Research Questions*/RQ), kemudian dikelompokkan menurut jenis pengukuran dan desain penelitian. Temuan kualitatif digunakan untuk menjelaskan proses atau mekanisme yang terjadi, sedangkan hasil survei, data panel, model permintaan, dan intervensi dianalisis sesuai dengan jenis estimasi yang dihasilkan masing-masing metode. Pengeluaran tidak digunakan sebagai pengganti ukuran kuantitas pembelian. Hasil estimasi model juga tidak dianggap sebagai transaksi yang diamati secara langsung, sementara hasil simulasi kebijakan dibedakan dari hasil empiris yang diperoleh dari data aktual. Meta-analisis tidak dilakukan karena kesesuaian konstruk, hasil yang diukur (*outcome*), dan ukuran hasil antara penelitian belum terpenuhi.

Hubungan antar laporan penelitian ditelusuri berdasarkan nama penulis, sumber data, periode penelitian, lokasi, karakteristik sampel, prosedur perekrutan peserta, dan nomor etik penelitian. Dua laporan Hunter dikelompokkan dalam studi S06 karena keduanya saling melengkapi dalam memberikan informasi. Namun, peserta atau kutipan yang sama tidak dihitung dua kali. Penggunaan penyedia data yang sama juga tidak secara otomatis menunjukkan bahwa penelitian menggunakan sampel yang sama. Sebagai contoh, data panel dari Australia dan Amerika Serikat tetap dibedakan berdasarkan negara dan periode pengumpulan datanya. Pemetaan seluruh kelompok studi masih memerlukan penyelesaian audit. Dalam menarik kesimpulan, sintesis mempertimbangkan relevansi bukti terhadap pertanyaan penelitian, validitas pengukuran, risiko bias, dan konteks penelitian, bukan sekadar jumlah artikel yang menunjukkan hasil signifikan.

Sintesis dilakukan secara naratif tanpa menggabungkan ukuran efek, menghitung proporsi hasil penelitian yang signifikan, atau menetapkan peringkat kepastian bukti secara keseluruhan. Perbedaan hasil antarpenelitian ditelaah dengan membandingkan desain penelitian, cara pengukuran konstruk, kategori pangan yang diteliti, dan kondisi rumah tangga. Sensitivitas harga berdasarkan persepsi psikologis, elastisitas permintaan, respons transaksi, dan dampak intervensi harga dibahas secara

terpisah karena masing-masing menggambarkan aspek yang berbeda dan tidak dapat dianggap sebagai ukuran yang setara.
Analisis sensitivitas formal, pemeriksaan bias pelaporan antar penelitian, dan penilaian kepastian bukti menggunakan kerangka khusus belum dilakukan. Hal ini menjadi salah satu keterbatasan analisis. Tidak dilakukannya pemeriksaan tersebut tidak berarti bahwa bias pelaporan tidak ditemukan atau bahwa tingkat kepastian temuan dapat dianggap tinggi.

Berdasarkan dokumen yang tersedia, belum ditemukan bukti registrasi penelitian atau protokol yang memiliki tanggal pencatatan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak menyatakan bahwa prosedur tinjauan telah ditetapkan melalui protokol sebelum penelitian dimulai. Riwayat perubahan prosedur selama proses penelitian juga belum terdokumentasi secara lengkap. Selain itu, pernyataan konflik kepentingan masih perlu dikonfirmasi oleh seluruh penulis, sedangkan repositori untuk menyimpan lembar ekstraksi dan bahan tinjauan belum ditentukan. Kondisi tersebut membatasi transparansi dan keterulangan proses tinjauan. Oleh karena itu, informasi yang masih belum lengkap perlu dilengkapi sebelum naskah diajukan sebagai laporan *Systematic Literature Review* (SLR) final.

4. Hasil dan pembahasan

4.1 Karakteristik dan Proses Seleksi Studi

Dua belas studi independen yang diwakili 13 publikasi diterima pada penilaian pertama. Karakteristiknya dirangkum dalam Tabel 1. Angka ini merupakan status korpus kerja, bukan keluaran alur PRISMA yang telah direkonsiliasi. Jumlah rekaman identifikasi, penghapusan duplikasi, dan seluruh laporan yang gagal diambil belum tersedia lengkap. Oleh sebab itu, proses seleksi belum dinyatakan final dan tidak disertai diagram dengan angka perkiraan. Keputusan S12 secara khusus mempertahankan penggunaan naratif sambil menyimpan ketidakpastian denominator.

Tabel 1. Karakteristik 12 studi yang diterima pada penilaian pertama

ID	Penulis dan Tahun	Negara atau Lokasi	Desain dan Analisis	Sampel atau Sumber Data	Konstruk Utama	Temuan untuk Sintesis
S01	(Yoon et al., 2026)	Amerika Serikat	Potong lintang berulang; ordered, binary, multinomial logit	36.449 observasi; periode rujukan 2017–2022	Persepsi kenaikan harga; strategi belanja	Persepsi lebih tinggi terkait strategi penghematan
S02	(Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023)	Turki	Survei daring; faktor, korelasi, regresi	447 dewasa	Sensitivitas harga; perubahan pembelian buah-sayur dan kacang-pasta	Hubungan positif dengan perubahan pembelian; bukan arah volume
S03	(Bao et al., 2024)	Amerika Serikat	Panel transaksi; model permintaan parametrik/nonparametrik	NielsenIQ dan MedProfiler; rumah tangga satu orang; sekitar 7.000 setelah pembatasan usia	Harga, kuantitas, BMI	BMI lebih tinggi: respons harga lebih kuat pada vice; tidak sebanding pada nonvice
S04	(Molnár & Hajdú, 2024)	Distrik Miskolc, Hungaria	Survei kuota; deskriptif dan perbandingan retrospektif	402 dewasa; survei 2022	Perubahan belanja/konsumsi pada inflasi	Pergeseran tempat belanja dan pembelian pangan segar

S05	(Schou et al., 2026)	Denmark	Empat kelompok terarah; tematik	26 konsumen yang memprioritaskan pangan organik	Pertimbangan harga, iklim, etika	Substitusi daging organik dan pengurangan/penggantian
S06	(Hunter et al. 2025), dua laporan	Inggris dan Skotlandia	Wawancara/kelompok terarah; tematik	32 peserta dilaporkan; pengumpulan 2023	Pengalaman kenaikan biaya dan praktik belanja	Penyesuaian pilihan untuk mempertahankan akses pangan
S07	(Zhang & Liu, 2026)	Amerika Serikat	Potong lintang berulang; k-modes dan double machine learning	HPS 2022–2023; N deskriptif 981.371; N model 652.433	Inflasi objektif; kelompok coping; pengeluaran	Respons dan kerentanan berbeda antarkelompok coping
S08	(Davies et al., 2025)	Australia	Panel; sistem permintaan	10.008 rumah tangga, 2015–2019; 18 kelompok pangan	Harga; kuantitas; elastisitas	Respons permintaan berbeda menurut kelompok pangan
S09	(Mah et al., 2023)	Halifax, Kanada	Interrupted time series ekologis	Empat gerai; 87 minggu POS	Paket harga relatif/merchandising; penjualan	Tren relatif lebih sehat; level awal bergerak sebaliknya
S10	(Chan & Roy, 2024)	Konteks Australia	Analisis tematik unggahan Reddit	583 unggahan, bukan individu unik	Pengalaman biaya; strategi belanja	Penganggaran dan alternatif belanja dibahas bersama kenaikan biaya
S11	(Valera et al., 2022)	Filipina	QUAIDS; simulasi terpisah	147.717 keluarga analisis FIES 2018	Harga dikonstruksi; pengeluaran; permintaan	Permintaan beras relatif inelastis; berbeda menurut pendapatan/lokasi
S12	(Grunert et al., 2023b)	Sepuluh negara Eropa	Survei; latent class dan profil regresi	N tidak konsisten; lihat catatan audit	Persepsi kenaikan harga; reaksi pembelian	Pola respons naratif yang beragam

Sumber: ekstraksi S01–S12 dan rekam audit 17 Oktober 2026. S06 adalah satu studi dengan dua laporan.

Keragaman metode penelitian membuat perilaku pembelian pangan dapat dipahami dari berbagai sudut pandang. Penelitian survei menggambarkan pengalaman dan tindakan yang dilaporkan oleh responden, sedangkan data *scanner* mencatat produk yang benar-benar dibeli. Model permintaan digunakan untuk memperkirakan perubahan jumlah pembelian berdasarkan kondisi anggaran konsumen. Sementara itu, penelitian kualitatif membantu menjelaskan berbagai pertimbangan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menyesuaikan pembelian. Penelitian intervensi mengamati perubahan perilaku setelah suatu paket perlakuan diterapkan. Perbedaan karakteristik tersebut tidak diatasi dengan menggabungkan seluruh hasil ke dalam satu ukuran yang sama. Sebaliknya, hasil setiap penelitian dikelompokkan berdasarkan jenis pertanyaan yang dapat dijawab oleh metode yang digunakan (Bao et al., 2024; Mah et al., 2023; Valera et al., 2022; Yoon et al., 2026).

Selain metode penelitian, unit analisis juga perlu diperhatikan ketika menyusun sintesis. Data unggahan tidak dapat langsung digunakan untuk mengetahui jumlah konsumen yang berbeda karena satu konsumen dapat membuat beberapa unggahan. Demikian pula, data penjualan mingguan tidak menunjukkan jumlah individu yang berpartisipasi dalam penelitian. Selain itu, dua laporan kualitatif yang berasal dari peserta penelitian yang sama tidak dapat dihitung sebagai dua studi independen. Oleh karena itu, jumlah sampel dari seluruh penelitian dalam korpus ini tidak dapat dijumlahkan menjadi satu angka yang bermakna karena setiap penelitian menggunakan unit analisis yang berbeda. Untuk menjaga ketepatan interpretasi, tabel karakteristik penelitian dan matriks sintesis digunakan untuk mencatat perbedaan unit analisis tersebut. Keduanya juga memuat informasi mengenai jenis hasil yang diukur, baik berupa pengalaman konsumen, pilihan pembelian, pengeluaran, maupun jumlah produk yang dibeli (Chan & Roy, 2024; Hunter, Johnstone, et al., 2025; Hunter, Stone, et al., 2025; Mah et al., 2023).

Perbedaan metode dan unit analisis tersebut menunjukkan bahwa banyaknya penelitian yang terkumpul tidak secara otomatis berarti seluruh bukti memiliki kekuatan yang sama. Setiap temuan perlu dipahami berdasarkan desain penelitian, karakteristik data, dan konteks tempat penelitian dilakukan. Hasil penelitian dari negara lain tidak dapat langsung dianggap sebagai gambaran atau perkiraan kondisi konsumen di Surabaya. Literatur internasional digunakan untuk menjelaskan kemungkinan mekanisme yang mempengaruhi keputusan pembelian serta variasi respons konsumen terhadap perubahan harga. Sementara itu, untuk mengetahui besarnya pengaruh atau perubahan yang terjadi secara khusus di Surabaya, diperlukan data yang secara langsung menggambarkan kondisi konsumen setempat. Selain itu, penelitian mengenai pangan organik atau makanan ringan tidak dapat dianggap mewakili seluruh jenis bahan pangan. Meskipun demikian, penelitian tersebut tetap dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana ketersediaan produk alternatif dan pertimbangan nilai yang dimiliki konsumen dapat mempengaruhi pilihan pembelian. Dengan demikian, hasil sintesis tetap memperhatikan konteks setiap penelitian agar kesimpulan yang dihasilkan tidak melampaui bukti yang tersedia (Davies et al., 2025; Schou et al., 2026).

4.2 Persepsi Kenaikan Harga dan Penyesuaian Pembelian Pangan

Bukti yang paling jelas mengenai hubungan antara persepsi kenaikan harga dan penyesuaian pembelian diperoleh dari penelitian yang mengukur penilaian konsumen terhadap harga sekaligus tindakan pembelian yang mereka lakukan. (Yoon et al., 2026) menggunakan skala persetujuan 1–7 untuk mengukur pengalaman konsumen terhadap kenaikan harga, kemudian menanyakan strategi utama yang mereka pilih untuk menghadapinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kenaikan harga yang lebih kuat berkaitan dengan kecenderungan melakukan penghematan. Sementara itu, (Grunert et al., 2023) meneliti respons konsumen setelah mereka menyadari adanya kenaikan harga. Kedua penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara pengalaman kenaikan harga dan penyesuaian pembelian. Namun, hasil keduanya tidak dapat langsung dibandingkan untuk menentukan persentase konsumen yang melakukan strategi tertentu karena menggunakan bentuk pertanyaan yang berbeda. (Yoon et al., 2026), misalnya, mengelompokkan kembali skala respons awal 1–7 untuk keperluan analisis. Dengan demikian, skala yang digunakan saat mengumpulkan data perlu dibedakan dari pengkodean yang digunakan dalam analisis. Hasil penelitian tersebut juga tidak dapat diartikan sebagai besarnya pengaruh setiap kenaikan satu poin pada skala awal (Yoon et al., 2026) bagian *Empirical Analyses*.

Perpindahan merek atau tempat berbelanja perlu dibedakan dari tindakan mengurangi jumlah pangan yang dibeli. Ketika mengganti merek atau tempat berbelanja, konsumen masih dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan mengubah cara memperoleh produk yang diinginkan. Sebaliknya, pengurangan pembelian dapat menyebabkan perubahan pada jumlah atau jenis produk yang dibeli. Perbedaan ini digunakan sebagai kerangka untuk memahami perilaku konsumen, bukan sebagai urutan tahapan penyesuaian yang telah terbukti berlaku pada semua penelitian. Dalam praktiknya, satu rumah tangga dapat menerapkan beberapa strategi sekaligus, misalnya mencari toko yang lebih murah sambil mengganti merek produk tertentu. Namun, jika penelitian hanya meminta responden memilih satu

strategi utama, kombinasi tindakan tersebut mungkin tidak tercatat secara lengkap. Oleh karena itu, hasil sintesis perlu ditafsirkan dengan memperhatikan bentuk pertanyaan dan jenis respons yang dikumpulkan dalam setiap penelitian (Grunert et al., 2023; Yoon et al., 2026)

Penelitian kualitatif memberikan pemahaman lebih lanjut bahwa upaya menyesuaikan pembelian tidak hanya dilakukan dengan mencari produk yang lebih murah. (Hunter, Johnstone, et al., 2025; Hunter, Stone, et al., 2025) menjelaskan berbagai keterbatasan anggaran dan upaya yang dilakukan untuk memperoleh pangan pada kelompok yang mengalami obesitas dan kerawanan pangan. Sementara itu, (Chan & Roy, 2024) mengidentifikasi pengalaman konsumen terkait biaya pangan, pengelolaan anggaran, dan pencarian alternatif belanja melalui unggahan yang tersedia untuk publik. Temuan-temuan tersebut membantu menjelaskan alasan konsumen memilih strategi tertentu sekaligus kesulitan yang mereka hadapi. Meskipun demikian, penelitian kualitatif dan analisis unggahan publik tidak secara langsung menunjukkan persentase seluruh penduduk yang melakukan strategi tersebut ataupun besarnya pengaruh statistik antarvariabel. Dua penelitian Hunter juga digunakan untuk saling melengkapi pemahaman mengenai pengalaman konsumen, bukan dianggap sebagai dua bukti independen yang sepenuhnya terpisah tanpa memeriksa kemungkinan keterkaitan sumber datanya.

Kebutuhan pangan sebagai kebutuhan dasar tidak berarti konsumen terbebas dari pengaruh perubahan harga. Ketika harga meningkat, konsumen masih dapat menyesuaikan pembelian melalui perubahan jenis produk, kualitas pangan yang dipilih, atau tempat memperoleh pangan tersebut. Namun, pengurangan pengeluaran tidak selalu berarti konsumen berhasil mengelola anggaran secara lebih efisien. Demikian pula, perpindahan ke produk yang lebih murah tidak selalu menghasilkan pilihan yang setara dari segi kualitas maupun kesesuaian dengan preferensi konsumen. Oleh karena itu, penilaian terhadap keberhasilan penyesuaian perlu mempertimbangkan kebutuhan rumah tangga, tujuan pembelian, dan alternatif yang tersedia. Penjelasan ini merupakan hasil penafsiran terhadap pengalaman keterbatasan yang dilaporkan dalam penelitian, bukan kesimpulan bahwa seluruh strategi penghematan pasti berdampak buruk terhadap pemenuhan gizi (Hunter, Johnstone, et al., 2025; Schou et al., 2026).

(Molnár & Hajdú, 2024) melaporkan adanya perubahan tempat berbelanja dan pola konsumsi pangan selama periode inflasi. Penelitian tersebut relevan untuk memahami perubahan perilaku yang diingat dan dilaporkan oleh responden. Namun, temuannya tidak dapat disamakan dengan hasil pengujian yang secara khusus mengukur pengaruh persepsi kenaikan harga secara terpisah dari faktor lainnya. Berbeda dengan pendekatan tersebut, (Zhang & Liu, 2026) menggunakan data inflasi objektif dan menunjukkan adanya perbedaan strategi menghadapi tekanan ekonomi (*coping*) di antara kelompok konsumen. Kedua penelitian ini memberikan konteks tambahan untuk menjawab RQ2, tetapi tidak dapat menggantikan pengukuran persepsi kenaikan harga secara langsung. Ketiga aspek tersebut, yaitu inflasi objektif, pengalaman subjektif terhadap kenaikan harga, dan tindakan penyesuaian pembelian, perlu dibedakan agar hasil sintesis tidak mencampurkan konsep yang memiliki arti dan cara pengukuran berbeda.

Penghematan dalam pembelian pangan juga perlu dibedakan dari perubahan jumlah pengeluaran. Secara sederhana, pengeluaran merupakan hasil perkalian antara harga dan kuantitas barang yang dibeli. Artinya, jumlah uang yang dikeluarkan konsumen dapat meningkat meskipun jumlah pangan yang dibeli justru menurun, misalnya ketika kenaikan harga lebih besar daripada pengurangan kuantitas. Konsumen juga dapat mengganti produk dengan alternatif yang lebih murah, tetapi tetap mengeluarkan uang lebih banyak karena harga pangan secara keseluruhan meningkat. Oleh sebab itu, kenaikan pengeluaran tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa jumlah pangan yang dibeli secara fisik bertambah atau daya beli konsumen membaik. Perbedaan antara nilai pengeluaran dan jumlah barang yang dibeli perlu dipertahankan ketika menelaah penelitian mengenai inflasi serta membandingkannya dengan penelitian yang menggunakan data kuantitas atau model permintaan (Davies et al., 2025; Valera et al., 2022; Zhang & Liu, 2026).

Secara keseluruhan, jawaban atas RQ2 menunjukkan bahwa persepsi kenaikan harga berkaitan dengan beragam bentuk penyesuaian pembelian. Bukti yang paling langsung berasal dari penelitian yang mengukur persepsi konsumen dan respons pembelian dalam kerangka yang sama. Sementara itu, penelitian kualitatif membantu menjelaskan keterbatasan, alasan, dan pertimbangan yang melatarbelakangi pilihan konsumen. Data inflasi objektif memberikan gambaran mengenai kondisi ekonomi yang turut mempengaruhi perilaku pembelian. Meskipun ketiga jenis bukti tersebut saling melengkapi, hasil sintesis belum membuktikan bahwa persepsi kenaikan harga merupakan satu-satunya penyebab perubahan perilaku konsumen. Oleh karena itu, pembedaan antara kondisi ekonomi yang terukur, pengalaman subjektif terhadap kenaikan harga, dan tindakan pembelian yang dilaporkan menjadi penting agar interpretasi hasil penelitian tetap sesuai dengan bukti yang tersedia. Dengan cara ini, pengalaman konsumen tidak disamakan dengan ukuran inflasi resmi, dan hubungan antar variabel tidak langsung dianggap sebagai bukti hubungan sebab-akibat (Grunert et al., 2023a; Yoon et al., 2026; Zhang & Liu, 2026).

4.3 Sensitivitas Harga dan Respon Pembelian

Sensitivitas psikologis menggambarkan sejauh mana konsumen memperhatikan dan mempertimbangkan harga ketika mengambil keputusan pembelian. Sementara itu, respons ekonomi ditunjukkan melalui perubahan jumlah permintaan ketika terjadi perubahan harga. (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023) memberikan bukti mengenai sensitivitas psikologis tersebut. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa skor sensitivitas harga memiliki hubungan positif dengan indeks perubahan pembelian pada dua kelompok pangan. Namun, indeks tersebut mencakup berbagai tindakan pembelian yang memiliki arah berbeda, seperti meningkatkan, mempertahankan, atau mengurangi pembelian. Oleh karena itu, koefisien positif tidak dapat langsung diartikan sebagai peningkatan jumlah pangan yang dibeli. Hubungan tersebut lebih tepat dipahami sebagai keterkaitan antara kecenderungan konsumen untuk memperhatikan harga dan penyesuaian perilaku pembelian dalam konteks pandemi, bukan sebagai pengaruh inflasi yang berdiri sendiri.

(Bao et al., 2024) mengukur respons ekonomi dengan melihat perubahan harga pada kategori pangan dan jumlah transaksi pembelian. Pada kategori pangan yang digolongkan sebagai *vice*, konsumen dengan indeks massa tubuh (*Body Mass Index* atau BMI) lebih tinggi menunjukkan respons terhadap harga yang lebih kuat. Namun, pola perbedaan yang serupa tidak terlihat secara jelas pada kategori pangan *non-vice*. Temuan ini menunjukkan bahwa respons konsumen terhadap perubahan harga dapat berbeda bergantung pada kategori pangan yang diteliti. Meskipun demikian, hasil tersebut bukan merupakan ukuran sensitivitas psikologis karena didasarkan pada perilaku transaksi, bukan penilaian subjektif konsumen terhadap harga. Temuan ini juga tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh jenis bahan pangan. Sementara itu, (Davies et al., 2025) menunjukkan adanya perbedaan elastisitas permintaan di antara berbagai kelompok pangan. Jika dibandingkan, kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa respons ekonomi konsumen tidak selalu sama pada setiap kategori pangan. Namun, hasil keduanya tidak dapat digabungkan secara langsung karena menggunakan kategori produk, unit pengamatan, dan spesifikasi model yang berbeda.

(Valera et al., 2022) memperluas pembahasan melalui estimasi permintaan pangan pada rumah tangga di Filipina. Penelitian tersebut menggunakan harga yang dikonstruksi untuk memungkinkan analisis ketika data harga pada tingkat individu tidak tersedia. Pendekatan ini membantu peneliti melakukan estimasi permintaan, tetapi hasilnya juga bergantung pada asumsi yang digunakan dalam model. Oleh karena itu, hasil estimasi berdasarkan data empiris perlu dibedakan dari hasil simulasi yang menggunakan parameter tersebut untuk menggambarkan kemungkinan dampak suatu guncangan ekonomi. Simulasi hanya menunjukkan kemungkinan perubahan berdasarkan skenario yang ditentukan, bukan membuktikan bahwa rumah tangga benar-benar mengalami perubahan sebesar nilai yang disimulasikan. Dalam sintesis ini, temuan (Valera et al., 2022) digunakan untuk menjelaskan bahwa respons permintaan dapat berbeda sesuai dengan kondisi rumah tangga. Hasil tersebut tidak

diperlakukan sebagai bukti langsung mengenai perubahan transaksi yang diamati sebelum dan sesudah kenaikan harga.

Penelitian (Mah et al., 2023) termasuk dalam kelompok penelitian yang menggunakan pendekatan intervensi. Dalam penelitian tersebut, perubahan harga relatif diterapkan bersamaan dengan perubahan *merchandising*, yaitu pengaturan dan penyajian produk di lingkungan penjualan. Setelah intervensi dilakukan, pola pembelian menunjukkan perubahan ke arah pilihan yang relatif lebih sehat setelah sebelumnya terjadi perubahan awal dengan arah yang berlawanan. Temuan ini menunjukkan bahwa rancangan lingkungan pembelian dapat berkaitan dengan perubahan perilaku konsumen. Namun, karena perubahan harga dilakukan bersamaan dengan perubahan merchandising, pengaruh harga secara terpisah tidak dapat diidentifikasi secara langsung. Perbedaan respons antargerai dan produk juga menunjukkan bahwa perubahan harga tidak selalu menghasilkan dampak yang sama pada seluruh kondisi pembelian. Selain itu, hasil penelitian tersebut diukur melalui selisih jumlah unit penjualan setiap minggu, bukan melalui persentase konsumen yang melakukan perubahan pembelian ataupun skor sensitivitas harga.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, jawaban atas RQ1 tidak dapat disederhanakan menjadi pernyataan bahwa sensitivitas harga selalu meningkatkan atau menurunkan keputusan pembelian. Pada penelitian yang mengukur sensitivitas psikologis, arah hubungan bergantung pada makna dan cara pengukuran skor hasil. Sementara itu, dalam penelitian yang menggunakan elastisitas permintaan, tanda dan besarnya koefisien menggambarkan respons kuantitas terhadap perubahan harga berdasarkan model yang digunakan. Adapun pada penelitian intervensi, hasil yang diperoleh mencerminkan pengaruh dari paket perlakuan yang diterapkan serta pola perubahan selama periode pengamatan. Perbedaan cara pengukuran dan pendekatan analisis tersebut menjelaskan mengapa hasil penelitian yang terlihat berbeda tidak selalu bertentangan secara substantif. Setiap penelitian dapat memberikan jawaban terhadap aspek yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil sintesis perlu mempertahankan perbedaan antara sensitivitas psikologis, respons permintaan secara ekonomi, dan perubahan perilaku setelah intervensi agar kesimpulan yang dihasilkan tetap sesuai dengan bukti empiris yang tersedia (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023; Bao et al., 2024; Mah et al., 2023).

4.4 Sintesis Temuan, Kualitas Bukti, dan Research Gap

Penilaian awal terhadap mutu penelitian menunjukkan bahwa setiap desain memiliki keterbatasan yang berbeda. Pada penelitian survei, penggunaan data laporan mandiri dari responden dan pengendalian terhadap faktor lain yang dapat mempengaruhi hasil membatasi penafsiran hubungan antar variabel. Pada penelitian panel, pemilihan rumah tangga yang menjadi sampel dan kelengkapan data selama periode pengamatan perlu diperiksa bersama dengan cara harga ditentukan atau dihitung. Penelitian kualitatif dapat memberikan penjelasan yang mendalam mengenai pengalaman dan alasan di balik pilihan konsumen, tetapi keterlibatan peneliti dalam proses penelitian serta refleksivitas, yaitu kesadaran peneliti terhadap kemungkinan pengaruh dirinya terhadap proses dan hasil penelitian, belum selalu dijelaskan secara memadai dalam penilaian awal. Sementara itu, penelitian intervensi S09 tidak menggunakan kelompok kontrol eksternal dan menerapkan perubahan harga bersamaan dengan perubahan merchandising. Kondisi tersebut membatasi kemampuan untuk menentukan pengaruh setiap perubahan secara terpisah. Berbagai keterbatasan ini digunakan untuk menentukan sejauh mana setiap temuan dapat ditafsirkan, bukan digabungkan menjadi satu skor mutu keseluruhan yang mengabaikan perbedaan desain penelitian (Joanna Briggs Institute, 2017; Joanna Briggs Institute, 2017a, 2017c, 2017b)

Keterbatasan khusus juga ditemukan pada S12, yaitu adanya perbedaan jumlah dalam pelaporan hasil penelitian. Berdasarkan metode dan penjumlahan data antarnegara, jumlah yang diperoleh adalah 6.324, sedangkan bagian hasil artikel mencantumkan angka 6.234. Dalam penyusunan sintesis, bukti naratif

mengenai bentuk respons konsumen tetap digunakan, tetapi perbedaan angka tersebut tidak dijadikan dasar untuk memberikan bobot pada temuan ataupun menghitung frekuensi absolut. Pada S06, dua laporan penelitian digunakan sebagai sumber yang saling melengkapi karena berkaitan dengan satu keluarga yang sama. Oleh sebab itu, kesamaan tema dalam kedua laporan tidak dihitung sebagai pengulangan bukti dari dua sumber yang sepenuhnya independen. Kedua keputusan ini menunjukkan bahwa jumlah publikasi tidak selalu mencerminkan jumlah bukti yang benar-benar terpisah satu sama lain. Hubungan antarartikel dan konsistensi informasi perlu diperiksa agar hasil sintesis tidak memberikan gambaran yang berlebihan mengenai kekuatan bukti yang tersedia (Grunert et al., 2023a; Hunter, Johnstone, et al., 2025; Hunter, Stone, et al., 2025).

Secara umum, pola yang muncul dalam berbagai penelitian lebih banyak menunjukkan adanya penyesuaian pembelian daripada penghentian pembelian secara menyeluruh. Konsumen mengubah pilihan produk, merek, atau cara berbelanja sesuai dengan keterbatasan anggaran dan alternatif yang tersedia. Namun, kesamaan pola tersebut tidak berarti bahwa besarnya pengaruh atau konsekuensi dari setiap tindakan selalu sama. Penelitian mengenai pangan organik, kelompok konsumen rentan, dan data panel populasi memiliki karakteristik subjek, kondisi, serta hasil pengukuran yang berbeda. Oleh karena itu, kesimpulan perlu tetap memperhatikan jenis produk yang diteliti, karakteristik subjek penelitian, dan hasil yang diukur dalam setiap sumber. Dengan demikian, pola umum dapat digunakan untuk memahami kecenderungan perilaku konsumen tanpa mengabaikan perbedaan konteks yang memengaruhi hasil penelitian (Davies et al., 2025; Hunter, Johnstone, et al., 2025; Schou et al., 2026).

Kesenjangan pertama yang ditemukan berkaitan dengan perbedaan cara mengukur konsep harga. Persepsi kenaikan harga tidak sama dengan tingkat perhatian konsumen terhadap harga ketika memilih produk. Keduanya juga berbeda dari elastisitas harga yang menunjukkan perubahan permintaan akibat perubahan harga berdasarkan suatu ukuran ekonomi. Dalam korpus yang ditelaah, ketiga pendekatan tersebut memberikan penjelasan yang saling melengkapi, tetapi belum menghasilkan ukuran yang dapat dibandingkan secara langsung. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengukur persepsi kenaikan harga dan sensitivitas harga sebagai dua konstruk yang berbeda, kemudian menghubungkannya dengan hasil pembelian yang lebih spesifik, seperti pergantian merek atau pengurangan kuantitas. Usulan ini didasarkan pada perbedaan pengukuran yang ditemukan dalam korpus, bukan merupakan pernyataan bahwa penelitian dengan pendekatan tersebut belum pernah dilakukan dalam seluruh literatur yang tersedia (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023; Bao et al., 2024; Yoon et al., 2026).

Kesenjangan kedua berkaitan dengan perlunya membedakan keputusan pembelian dari konsekuensi yang ditimbulkannya. Beberapa penelitian menggunakan ukuran yang mencakup berbagai respons sekaligus, seperti mencari harga yang lebih murah, mengganti produk, mengubah pengeluaran, dan mengurangi jumlah pembelian. Padahal, setiap tindakan dapat memberikan hasil yang berbeda. Konsumen yang berpindah ke toko dengan harga lebih rendah, misalnya, masih dapat mempertahankan jumlah pangan yang dibeli. Sebaliknya, konsumen yang mengurangi kuantitas dapat mengalami penurunan jumlah pangan yang diperoleh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya sebaiknya melaporkan setiap hasil pembelian secara terpisah sebelum menggabungkannya menjadi suatu indeks. Pengeluaran, harga per unit, dan kuantitas pembelian juga perlu dicatat sebagai ukuran yang berbeda agar kenaikan jumlah uang yang dibelanjakan tidak langsung dianggap sebagai peningkatan jumlah pangan yang dibeli atau kebutuhan konsumsi. Rekomendasi ini didasarkan pada perbandingan antara instrumen strategi pembelian, data transaksi, dan model permintaan yang digunakan dalam korpus penelitian (Davies et al., 2025; Valera et al., 2022; Yoon et al., 2026).

Kesenjangan ketiga berkaitan dengan hubungan antara perilaku yang dilaporkan konsumen dan perilaku pembelian yang benar-benar tercatat. Survei dapat menggambarkan pengalaman, persepsi, serta alasan konsumen dalam menyesuaikan pembelian, tetapi informasi tersebut belum tentu terlihat dalam data

scanner. Sebaliknya, data transaksi dapat menunjukkan perubahan produk atau jumlah pembelian, tetapi tidak selalu menjelaskan alasan konsumen melakukan perubahan tersebut. Penggabungan data survei dan transaksi pada rumah tangga yang sama dapat membantu peneliti menilai kesesuaian antara strategi yang dilaporkan dan perubahan pembelian yang tercatat. Selain itu, penelitian longitudinal, yaitu penelitian yang mengamati subjek yang sama dalam beberapa periode, diperlukan untuk membedakan respons yang hanya berlangsung sementara dari perubahan perilaku yang bertahan dalam jangka panjang. Pendekatan tersebut merupakan rekomendasi untuk penelitian mendatang, bukan kesimpulan sebab-akibat yang dapat ditetapkan hanya berdasarkan survei retrospektif atau pengamatan potong lintang yang dilakukan berulang kali (Bao et al., 2024; Chan & Roy, 2024; Molnár & Hajdú, 2024).

Kesenjangan berikutnya berkaitan dengan pengaruh harga yang berinteraksi dengan pertimbangan lain dalam keputusan pembelian. Pada konsumen pangan organik, misalnya, keputusan mengganti produk dapat berkaitan dengan nilai etis yang mereka pertimbangkan. Sementara itu, penelitian intervensi harga dapat melibatkan perubahan merchandising secara bersamaan sehingga hasilnya tidak hanya mencerminkan perubahan harga. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang hanya memperhitungkan harga berisiko mengabaikan faktor lain yang turut membentuk pilihan konsumen. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan produk dengan ketersediaan alternatif yang berbeda, mengukur kemudahan memperoleh produk pengganti, serta mencatat promosi dan variasi ukuran kemasan. Pemilihan faktor yang dianalisis perlu disesuaikan dengan tujuan penelitian dan ketersediaan data. Faktor-faktor tersebut juga tidak seharusnya langsung disebut sebagai variabel moderator apabila peran tersebut belum dirumuskan dan diuji melalui analisis yang sesuai (Mah et al., 2023; Schou et al., 2026).

Dalam konteks Surabaya, hasil korpus penelitian ini memberikan landasan konseptual untuk memahami hubungan antara perubahan harga, sensitivitas harga, dan penyesuaian pembelian pangan, tetapi belum dapat digunakan untuk memperkirakan kondisi konsumen secara khusus di wilayah tersebut. Penelitian lanjutan dapat membandingkan perilaku pembelian melalui berbagai saluran belanja dan karakteristik rumah tangga dengan tetap menggunakan instrumen pengukuran yang setara. Meskipun demikian, pernyataan bahwa belum pernah ada penelitian mengenai topik tersebut di Surabaya memerlukan penelusuran literatur lokal secara khusus. Oleh karena itu, kesimpulan tersebut tidak dibuat hanya berdasarkan korpus yang saat ini telah ditelaah. Tidak ditemukannya penelitian dari Surabaya dalam korpus yang diterima hanya menunjukkan keterbatasan cakupan literatur yang berhasil dikumpulkan, bukan membuktikan bahwa penelitian serupa belum pernah dilakukan. Dengan demikian, arah penelitian yang lebih kuat adalah menguji apakah hubungan antara persepsi harga, sensitivitas harga, dan keputusan pembelian yang telah dibedakan dalam kajian ini juga ditemukan ketika pilihan pangan, saluran belanja, dan kondisi anggaran diukur secara langsung pada konsumen di Surabaya.

Tabel 2. Matriks sintesis berdasarkan *research questions*

ID	Konstruk	Jenis bukti	Temuan dan arah interpretasi	RQ	Batas interpretasi
S01	Persepsi awal 1–7; kategori analisis; strategi tunggal	Persepsi langsung	Penghematan terkait persepsi. Terkait adopsi strategi; bukan penurunan seluruh outcome.	RQ2	Satu item; pilihan tunggal
S02	Enam item sensitivitas;	Psikologis	Hubungan dengan perubahan. Positif	RQ1	Pandemi; perancu;

ID	Konstruk	Jenis bukti	Temuan dan arah interpretasi	RQ	Batas interpretasi
	indeks perubahan		terhadap indeks, bukan volume.		outcome heterogen
S03	Harga dan kuantitas; BMI	Transaksi/permintaan	Perbedaan respons menurut BMI pada vice; tidak jelas pada nonvice. Bukan skor psikologis.	RQ1 pendamping	Sampel khusus; BMI laporan mandiri
S04	Perubahan yang diingat	Retrospektif	Perubahan saluran/pangan. Deskriptif, bukan efek persepsi tersendiri.	RQ2 konteks	Kuota; recall
S05	Tema pertimbangan harga	Kualitatif	Substitusi/pengurangan daging. Tidak ada koefisien.	Kedua RQ sebagai penjelasan	Sampel konsumen organik
S06	Pengalaman biaya dan praktik	Kualitatif	Penyesuaian pilihan. Tidak ada koefisien.	RQ2 penjelasan	Kelompok khusus; laporan terkait
S07	CPI/paparan objektif; coping	Survei-model	Heterogenitas coping/pengeluaran. Outcome spesifik, bukan persepsi.	RQ2 pendamping	Paparan wilayah; observasional
S08	Elastisitas	Panel/model permintaan	Variasi antarpangan. Berdasarkan elastisitas tiap kategori.	RQ1 pendamping	Pembelian rumah; panel
S09	Harga relatif plus merchandising	Intervensi ekologis	Tren membaik; level awal berlawanan. Laporkan level dan tren bersama.	Respons harga pendamping	Tanpa kontrol; multikomponen
S10	Tema unggahan pengalaman	Kualitatif digital	Anggaran/alternatif belanja. Tidak ada koefisien.	RQ2 penjelasan	Bukan individu unik
S11	Harga dikonstruksi; QUAIDS	Model permintaan	Variasi kelompok rumah tangga. Estimasi dipisah dari simulasi.	RQ1 pendamping	Asumsi harga/model
S12	Persepsi kategori; respons multipilihan	Persepsi langsung	Reaksi beragam. Naratif, tanpa pembobotan N.	RQ2	N tidak konsisten

Sumber: ekstraksi artikel asli S01–S12. RQ1: sensitivitas harga; RQ2: persepsi kenaikan harga.

5. Kesimpulan

Untuk RQ2, hasil penelaahan literatur menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kenaikan harga berkaitan dengan berbagai bentuk penyesuaian pembelian, seperti melakukan penghematan dan mengubah pilihan produk. Penelitian survei memberikan bukti yang paling langsung untuk menjawab RQ2 ketika persepsi terhadap kenaikan harga dan respons pembelian ditanyakan secara bersamaan. Sementara itu, penelitian kualitatif membantu menjelaskan keterbatasan yang dihadapi konsumen dalam menentukan pilihan, sedangkan data inflasi objektif memberikan gambaran mengenai kondisi ekonomi yang melatarbelakangi perubahan perilaku tersebut. Dengan demikian, kesimpulan ini didasarkan pada pola temuan dari berbagai sumber yang memiliki metode dan karakteristik berbeda, bukan pada satu ukuran pengaruh sebab-akibat yang berlaku bagi seluruh (Grunert et al., 2023a; Hunter, Johnstone, et al., 2025; Hunter, Stone, et al., 2025; Yoon et al., 2026)

Untuk RQ1, hasil penelitian survei menunjukkan adanya hubungan antara sensitivitas psikologis terhadap harga dan penyesuaian pembelian yang dilaporkan konsumen. Namun, makna hubungan tersebut perlu dipahami berdasarkan cara setiap penelitian mengukur variabelnya. Hubungan positif antara sensitivitas harga dan indeks perubahan pembelian, misalnya, tidak secara langsung menunjukkan bahwa jumlah pangan yang dibeli mengalami peningkatan. Di sisi lain, elastisitas permintaan menggambarkan respons ekonomi terhadap perubahan harga berdasarkan model yang digunakan, sedangkan penelitian intervensi yang menggabungkan beberapa perlakuan mengukur perubahan perilaku setelah keseluruhan perlakuan diterapkan. Secara keseluruhan, hasil penelaahan menunjukkan pentingnya mempertimbangkan perbedaan jenis produk dan karakteristik rumah tangga ketika memahami respons terhadap harga. Oleh karena itu, seluruh temuan tidak dapat disatukan sebagai satu variabel yang seragam ataupun disimpulkan hanya berdasarkan persentase penelitian yang menunjukkan hasil signifikan (Bahar Şentürka & Hasan Selçuk Eti, 2023; Bao et al., 2024; Davies et al., 2025; Mah et al., 2023; Valera et al., 2022).

Implikasi dari hasil penelaahan ini adalah bahwa keterjangkauan pangan perlu dinilai dengan membedakan jumlah pengeluaran, kuantitas pangan yang dibeli, dan jenis pangan yang dipilih. Bagi pelaku usaha, informasi mengenai harga dan ketersediaan produk alternatif perlu dipahami bersama dengan kondisi pembelian konsumen. Sementara itu, bagi pengambil kebijakan, perubahan jumlah pengeluaran saja belum cukup untuk menilai apakah masyarakat masih memiliki akses yang memadai terhadap pangan. Implikasi tersebut didasarkan pada pentingnya membedakan hasil pengukuran dalam setiap penelitian, bukan merupakan rekomendasi mengenai besaran harga atau subsidi tertentu. Penelitian selanjutnya perlu menghubungkan persepsi kenaikan harga, sensitivitas psikologis terhadap harga, dan perilaku pembelian pada unit analisis yang sama agar hubungan antara ketiga aspek tersebut dapat dipahami dengan lebih jelas. Meskipun demikian, proses penelusuran, pemeriksaan kelayakan, dan dokumentasi penelitian masih perlu diselesaikan sebelum kesimpulan ini dapat ditetapkan sebagai hasil akhir *Systematic Literature Review* (SLR).

Limitasi dan studi lanjutan

Keterbatasan pertama berada pada pelaksanaan review. Rekam pencarian awal dan deduplikasi belum sepenuhnya tersedia, sehingga cakupan literatur belum dapat dinyatakan menyeluruh. Penelusuran web tambahan tidak menggantikan ekspor database. Potensi bias pemilihan belum dapat dikuantifikasi. Hasil pencarian baru dapat menghasilkan studi lain yang memenuhi kriteria; jumlah akhir tidak harus tepat 12. Daftar korpus kerja tidak digunakan sebagai dasar merekonstruksi alur PRISMA (Page et al., 2021).

Keterbatasan kedua adalah status penilaian. Ekstraksi dan penilaian mutu merupakan pemeriksaan pertama berbantuan AI yang memerlukan validasi penulis; belum tersedia pemeriksaan dua penelaah independen. Adaptasi checklist kohort untuk data panel transaksi juga harus dilaporkan. Item yang belum jelas tidak diperlakukan sebagai kegagalan yang pasti, tetapi tidak disembunyikan dalam skor

total. Penyelesaian silang perlu dilakukan sebelum keputusan ditutup (Joanna Briggs Institute, 2017; Joanna Briggs Institute, 2017c, 2017a, 2017b).

Keterbatasan ketiga bersumber dari kesepadanan bukti. Sensitivitas psikologis, elastisitas, pengalaman kualitatif, dan respons intervensi tidak memiliki skala bersama. Meta-analisis dan penghitungan proporsi penelitian signifikan tidak dilakukan. Sampel negara/produk tertentu, transaksi pembelian rumah, unggahan publik, dan kelompok rentan juga membatasi generalisasi. Penyesuaian yang dilaporkan bukan otomatis perilaku tervalidasi atau hasil gizi yang diukur. Ketidakpastian N pada S12 membatasi penggunaan kuantitatif, dan laporan terkait S06 memerlukan pencegahan penghitungan ganda.

Penelitian lanjutan pada konsumen pangan di Surabaya dapat mencatat persepsi perubahan harga per kategori, sensitivitas psikologis, serta pilihan merek, toko, kuantitas, dan pengeluaran secara terpisah. Pengukuran berulang yang dipadukan dengan bukti pembelian akan lebih sesuai untuk membandingkan penilaian dengan tindakan. Adaptasi item perlu melalui pemeriksaan isi, uji pemahaman, dan evaluasi pengukuran pada populasi sasaran. Agenda tersebut merupakan usulan berdasarkan batas korpus, bukan instrumen lokal yang telah tervalidasi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada orang tua masing-masing atas dukungan finansial yang membantu memenuhi kebutuhan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini. Penghargaan juga disampaikan kepada seluruh rekan satu tim atas kerja sama, waktu, serta sumbangan pemikiran dalam penelusuran literatur, diskusi, dan penyusunan naskah. Dukungan tersebut membantu penulis menyelesaikan artikel ini, sementara tanggung jawab atas isi dan ketepatan pelaporannya tetap berada pada seluruh penulis.

Referensi

Bahar Şentürka, & Hasan Selçuk Eti. (2023). *Changing Purchasing Behavior in Crises Period (Covid-19 Pandemic) – Price Sensitivity and Perceived Quality*.

Bao, Y., Osborne, M., Wang, E., & Jaenicke, E. C. (2024). BMI/Obesity and consumers' price sensitivity: Implications for food tax policies. *PNAS Nexus*, *3*(6). https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae190

Chan, V., & Roy, R. (2024). A Qualitative Analysis of Australian Perspectives Regarding the Cost of Groceries Using the Online Social Media Platform, Reddit. *Sustainability (Switzerland)*, *16*(23). https://doi.org/10.3390/su162310154

Davies, T., Saxena, A., Wu, J. H. Y., & Marklund, M. (2025). Food price elasticity estimates in Australia. *Nature Food*, *6*(7), 725–732. https://doi.org/10.1038/s43016-025-01184-1

Grunert, K. G., Chimisso, C., Lähteenmäki, L., Leardini, D., Sandell, M. A., Vainio, A., & Vranken, L. (2023a). Food-related consumer behaviours in times of crisis: Changes in the wake of the Ukraine war, rising prices and the aftermath of the COVID-19 pandemic. *Food Research International*, *173*. https://doi.org/10.1016/j.foodres.2023.113451

Grunert, K. G., Chimisso, C., Lähteenmäki, L., Leardini, D., Sandell, M. A., Vainio, A., & Vranken, L. (2023b). Food-related consumer behaviours in times of crisis: Changes in the wake of the Ukraine war, rising prices and the aftermath of the COVID-19 pandemic. *Food Research International*, *173*. https://doi.org/10.1016/j.foodres.2023.113451

Hunter, E., Johnstone, A. M., Stone, R. A., Greatwood, H. C., Hardman, C. A., Brown, A., Griffiths, C., & Douglas, F. (2025). The people behind the pounds: a qualitative exploration of factors that help or hinder healthy, sustainable food purchases for people living with obesity and food insecurity in the UK. *Frontiers in Nutrition*, *12*. https://doi.org/10.3389/fnut.2025.1646056

Hunter, E., Stone, R. A., Brown, A., Hardman, C. A., Johnstone, A. M., Greatwood, H. C., Dineva, M., & Douglas, F. (2025). "We go hunting …": Understanding experiences of people living with obesity and food insecurity when shopping for food in the supermarket to meet their weight related goals. *Appetite*, *205*. https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107794

Joanna Briggs Institute. (2017). *Critical Appraisal Checklist for Qualitative Research*. http://joannabriggs.org/research/critical-appraisal-tools.htmlwww.joannabriggs.org

Joanna Briggs Institute. (2017a). *Critical Appraisal Checklist for Analytical Cross Sectional Studies*. http://joannabriggs.org/research/critical-appraisal-tools.htmlwww.joannabriggs.org

Joanna Briggs Institute. (2017b). *Critical Appraisal Checklist for Cohort Studies*. http://joannabriggs.org/research/critical-appraisal-tools.htmlwww.joannabriggs.org

Joanna Briggs Institute. (2017c). *Critical Appraisal Checklist for Quasi-Experimental Studies*.

Mah, C. L., Kennedy, L., Taylor, N. G. A., Nicholson, T., Jago, E., & Macdonald, B. (2023). *Effect of a relative pricing intervention and active merchandising on snack purchases: interrupted time series analysis of a hospital retailer-led strategy*. https://doi.org/10.1186/s12966-023-01426-0

Molnár, L., & Hajdú, N. (2024). Food consumption patterns and trends in response to inflationary pressures. *Prosperitas*, *11*(1). https://doi.org/10.31570/prosp_2023_0079

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., … Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. In *BMJ* (Vol. 372). BMJ Publishing Group. https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Schou, M., Ditlevsen, K., Christensen, T., Denver, S., Lund, T. B., Olsen, J. V., Pedersen, M. F., & Sandøe, P. (2026). Negotiating Organic Meat Consumption in Light of Higher Prices, Climate, and Other Ethical Concerns: A Qualitative Study Among Danish Organic Consumers. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, *39*(3). https://doi.org/10.1007/s10806-026-09987-3

Valera, H. G., Mayorga, J., Pede, V. O., & Mishra, A. K. (2022). Estimating food demand and the impact of market shocks on food expenditures: The case for the Philippines and missing price data. *Q Open*, *2*(2). https://doi.org/10.1093/qopen/qoac030

Yoon, S., Chen, L. A., Heng, Y., & House, L. (2026). Consumers and inflation at the grocery store, 2017–2022. *Humanities and Social Sciences Communications*, *13*(1). https://doi.org/10.1057/s41599-026-07806-8

Zhang, Y., & Liu, Y. (2026). Behavioral Coping With Food Price Inflation: Patterns Among U.S. Households. *Applied Economic Perspectives and Policy*. https://doi.org/10.1002/aepp.70124