
**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN PRODUK BUAH NIPAH
(USAHA MILIK BU FITRIANI DI KOTA LANGSA)**

Oleh

Felix Hisarma Lumban Gaol^{1*}, Cut Gustiana², Supristiwendi³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Samudra

email: ¹felixhisarmalumbangaol@gmail.com

Article History:

Received: 23-10-2023

Revised: 20-11-2023

Accepted: 24-11-2023

Keywords:

Factors That Influence,
Purchasing Decisions,
Multiple Linear
Regression

Abstract: *Difficulty developing is a problem that often occurs for business owners due to a lack of understanding of the factors that cause consumer behavior in their decision to buy a product. This research aims to analyze the factors that influence the decision to purchase processed nipah fruit products at Bu Fitriani's nipah fruit soup business in Gampong Timbang Langsa, Langsa Baro District, Langsa City. The research uses a causal design. The data collection method uses primary data and secondary data which are qualitative and quantitative in nature with the questionnaire measurement scale being the Likert scale. The population is all consumers and the sample was selected as 60 respondents using the incidental sampling method. The data analysis method uses multiple linear regression which is processed using IBM SPSS Statistics 22. The research results show that there is a positive and significant influence of Location, Price Perception, Lifestyle and Service on Purchasing Decisions. Meanwhile, product diversity has a negative and insignificant effect on purchasing decisions, which will later become evaluation material to be improved so that the business can develop further in the future*

PENDAHULUAN

Memiliki garis pantai sepanjang ± 81.000 km, wilayah Indonesia sebagian besar terwujud dalam bentuk hutan mangrove dimana nipah merupakan salah satu tanaman yang tumbuh subur di daerah tersebut. Sampai saat ini sebagian tanaman nipah tumbuh secara alami sehingga belum ada dibudidayakan secara intensif. Diperkirakan luas tanaman di seluruh Indonesia mencapai 700.00 ha dengan rata-rata populasi pohonnya 8.000/ha dan bila ditotalkan populasi nipah di Indonesia mencapai 5.600 juta pohon (Saputra *et al.*, 2022).

Provinsi Aceh tepatnya di Kota Langsa memiliki luas lahan pertanian yang sebagian wilayahnya adalah garis pantai yang mempunyai vegetasi berupa hutan mangrove dan pohon nipah merupakan salah satu penghuninya. Dalam upaya menambah penghasilan masyarakat dan pengembangan usaha agribisnis perlu dilakukan identifikasi sumberdaya hutan pesisir yang berpotensi untuk dikembangkan yang salah satunya merupakan tanaman nipah (Juanda *et al.*, 2018). Kemelimpahan nipah di hutan mangrove pada umumnya termasuk tinggi sehingga mempunyai potensi aspek ekonomis yang besar terutama buahnya untuk dijadikan sebuah peluang usaha bagi masyarakat yang salah satunya sudah dijalankan oleh Bu Fitriani.

Namun permasalahannya banyak dari pedagang – pedagang produk buah nipah yang ada di Kota Langsa termasuk usaha milik Bu Fitriani belum mengetahui pentingnya untuk memahami perilaku konsumen. Menurut Rahayu (2018) perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu: (1) Faktor Budaya; Budaya, Sub budaya, kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian; (2) Faktor Sosial; Perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi faktor sosial diantaranya kelompok acuan, keluarga, peran dan status, (3) Faktor pribadi; Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli; (4) Faktor Psikologis; faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Dengan kata lain keputusan pembelian suatu produk dapat disebabkan karena pengaruh faktor-faktor eksternal maupun internal.

Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen nantinya akan berdampak dalam hal kemajuan sebuah usaha, karena dengan semakin besar konsumen ingin memutuskan membeli produk atau dalam sebuah usaha, maka akan semakin besar peluang usaha tersebut untuk mendapatkan profit dan pelanggan tetap. Pernyataan tersebut sejalan dengan Susanti dan Gunawan (2019) yang berpendapat bahwa keputusan pembelian tidak hanya dapat menjadi peluang bagi pemilik usaha untuk mendapatkan keuntungan dari segi bisnis, namun juga dengan semakin banyaknya konsumen membeli suatu produk, maka usaha tersebut akan dikenal oleh banyak orang dan juga konsumen akan loyal kepada usaha tersebut.

Dalam usaha yang dijalankan oleh Bu Fitriani yang berada di Gampong Timbang Langsa, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa, Buah nipah dapat diolah menjadi beragam produk seperti makanan yang enak (kolak buah nipah), minuman yang menyegarkan (jus dan kolak buah nipah) maupun minuman herbal (air pucuk nipah) yang memiliki banyak khasiat dan manfaat yang baik untuk kesehatan tubuh konsumen. Penjelasan tersebut merupakan perwujudan dari keragaman aneka produk atau faktor keragaman produk dan kandungan nilai gizi yang baik bagi kesehatan konsumen yang menjadi pendorong terbentuknya pola konsumtif yang sehat bagi konsumen atau faktor gaya hidup yang dari kedua hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan calon konsumen untuk melakukan pembelian salah satu maupun keseluruhan produk yang ditawarkan.

Selain daripada kedua faktor (keragaman produk dan gaya hidup) seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, pada usaha milik Bu Fitriani juga memiliki lokasi berjualan yang strategis karena berada di pinggir jalan lintas Sumatra yang lokasinya ini sangat mudah dijangkau bagi calon konsumen (faktor lokasi) dan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas maupun kuantitas yang dapat mempengaruhi konsumen (faktor persepsi harga) serta pelayanannya yang baik yang didukung oleh sarana dan prasarana memadai (faktor pelayanan) juga termasuk faktor - faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk olahan buah nipah di usaha tersebut. Berdasarkan penjelasan yang sudah disebutkan sebelumnya menarik untuk di jadikan rumusan masalah yakni untuk membuktikan adanya pengaruh lokasi, persepsi harga, keragaman produk, gaya hidup dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk olahan buah nipah.

Maka dari penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk olahan buah nipah pada usaha milik Bu Fitriani yang nantinya hasil dari analisis ini akan dijadikan bahan evaluasi kedepannya untuk ditingkatkan agar usaha buah nipah milik Bu Fitriani dapat lebih berkembang dan juga dapat dijadikan sebagai contoh bagi masyarakat yang berkeinginan untuk memulai bisnis buah nipah begitu juga untuk yang sudah menjalankannya.

Penelitian yang terkait dengan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sudah banyak diteliti diantaranya oleh Elly Rahayu (2018), Suhardi *et al.*, (2020), Mimi S.A dan Felicia Daniaty (2017), Felita Chandra dan Fransisca Desiana Pranasari (2018), Turmono dan Ahmad Fairuz (2019). Namun demikian, kebaruan penelitian ini adalah untuk meneliti faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk buah nipah Bu Fitriani yang nantinya akan berhubungan pada peningkatan peluang usaha untuk menjadi semakin berkembang yang juga akan dijadikan contoh bagi lainnya yang memiliki usaha yang sama yakni tentang produk dari komoditas nipah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2023 di tempat Usaha Sop Buah Nipah Bu Fitriani tepatnya di Gampong Timbang Langsa, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa. Tempat penelitian ditentukan dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan yang didasari dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Pemilihan tempat penelitian ini dikarenakan pertimbangan tempat usaha merupakan lebih besar dan konsisten dibandingkan dengan tempat – tempat lainnya yang khusus menyediakan produk olahan buah nipah di Kota Langsa. Desain penelitian yang digunakan adalah desain kausal. Penelitian Kausal merupakan penelitian kuantitatif terhadap objek untuk melihat hubungan yang bersifat sebab-akibat, atau dapat dikatakan seberapa besar pengaruh variabel independen (sebab) terhadap variabel dependen (akibat) (Sugiyono, 2018).

Populasinya pada penelitian ini merupakan semua konsumen yang membeli produk olahan buah nipah Bu Fitriani. Untuk sampel penelitian ditentukan dengan melihat dimana bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 dikalikan dengan jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$ (Sugiyono, 2018). Berdasarkan penjelasan di atas maka jumlah sampel yang diambil berjumlah 60 sampel dikarenakan terdapat 6 variabel (Persepsi Harga, Lokasi, Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Pelayanan + Keputusan Pembelian) yang diajukan pada penelitian ini. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insidental* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua sumber yaitu data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data

(Sugiyono, 2017) yang terdiri dari : Observasi, wawancara dan kuesioner. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini sumber data sekunder di dapatkan melalui jurnal-jurnal yang diakses melalui media sosial dan juga sumber data diambil melalui buku yang berkaitan dengan penelitian, Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner adalah menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2017) Dalam mengemukakan skala *likert* atau tingkatan kesetujuan terhadap *statement* dalam angket diklasifikasikan berdasarkan *scoring* adalah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju : Nilai 1
- 2) Tidak Setuju : Nilai 2
- 3) Netral : Nilai 3
- 4) Setuju : Nilai 4
- 5) Sangat Setuju : Nilai 5

Metode analisis data adalah menggunakan analisis regresi linier berganda dan alat bantu untuk mengolah serta menganalisis data selama penelitian adalah menggunakan program komputer SPSS 22 (*Statistical Package for the Social Sciences*). SPSS merupakan satu dari banyaknya aplikasi yang dimanfaatkan menganalisis data berupa angka dengan benar serta akurat. Aplikasi ini tentunya membantu dalam menyelesaikan pengolahan data karena mudah output yang di dapatkan bisa dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk bertujuan mengetahui keberagaman responden yang diamati pada penelitian ini diantaranya : usia, jenis kelamin, pekerjaan dan tempat tinggal. Penjabarannya dapat disajikan sebagai berikut :

a. Usia Responden

Usia adalah waktu yang telah ditempuh sejak lahir sampai pelaksanaan penelitian ini yang dinyatakan dengan tahun (Mahendra & Ardani, 2015). Usia di dalam penelitian ini berbeda – beda tiap responden. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat disajikan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
16 – 25 tahun	24	40,0
26 – 35 tahun	10	16,7
36 – 45 tahun	11	18,3
46 – 55 tahun	11	18,3
56 tahun keatas	4	6,7
Jumlah	60	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut diketahui mayoritas responden berusia antara 16 – 25 tahun (40%). Berdasarkan temuan yang di dapat banyak responden di usia muda mengkonsumsi produk ini yang seperti diketahui produk alami yang memiliki banyak manfaat yang baik bagi tubuh. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak responden anak muda di usia mudanya sudah

menerapkan pola gaya hidup sehat terhadap dirinya.

b. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin adalah suatu perbedaan sifat yang melekat di kaum laki – laki maupun perempuan yang dimodelkan secara sosial dan budaya (Fitriani, 2019). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki – Laki	36	60,0
Perempuan	24	40,0
Jumlah	60	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut diketahui mayoritas responden dengan jenis kelamin laki – laki sebanyak 36 orang (60%) membeli produk ini. Berdasarkan temuan yang di dapat banyak para laki-laki yang menikmati waktu luang beraktivitas singgah bersama teman laki - lakinya untuk membeli produk ini atau para laki – laki yang sedang menikmati waktu luang bersama keluarganya, hal ini yang menyebabkan lebih banyak responden yang membeli produk olahan buah nipah Bu Fitriani ini berjenis kelamin laki – laki dari pada berjenis kelamin perempuan.

c. Pekerjaan Responden

Pekerjaan merupakan suatu aktivitas, waktu dan tenaga yang dikeluarkan, serta imbalan yang diperoleh (Wiltshire, 2016). Pekerjaan di dalam penelitian ini beragam. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Negeri	9	15,0
Pegawai Swasta	3	5,0
Wiraswasta	17	28,3
Mahasiswa	12	20,0
Pelajar	5	8,3
Dan Lain – Lain	14	23,3
Jumlah	60	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut diketahui mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 17 orang (28,3%). Berdasarkan temuan yang di dapat hal ini dikarenakan umumnya orang – orang yang ditemui peneliti bekerja sebagai wiraswasta (pedagang, pengusaha dan lain – lain) sehingga dapat disimpulkan banyak responden yang membeli produk olahan buah nipah Bu Fitriani banyak di dominasi oleh pekerja wiraswasta.

d. Tempat Tinggal Responden

Tempat Tinggal merupakan lokasi yang digunakan seseorang atau sekelompok orang yang mendiami sebagian atau seluruh bangunan fisik yang biasanya tinggal bersama orangtua maupun kos (AlKautsar dan Rizky, 2018). Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase (%)
Daerah Langa	33	55,0

Luar Daerah Langsa	27	45,0
Jumlah	60	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut diketahui mayoritas responden yang di temui bertempat tinggal di daerah Langsa sebanyak 33 orang (55%). Berdasarkan temuan yang di dapat lokasi usaha ini berada di langsa sehingga banyak responden yang ditemui oleh peneliti bertempat tinggal di daerah langsa. Namun tempat tinggal responden antara yang bertempat tinggal di daerah langsa dengan yang bertempat tinggal di luar Langsa tidak jauh perbedaannya yang hanya berbeda selisih 6 responden saja, hal ini dikarenakan lokasi usaha berada di pinggir jalan Lintas Sumatra yang tepatnya terletak di perbatasan antara kota langsa dan Kabupaten Aceh Timur sehingga ini juga yang mempengaruhi para responden di luar daerah Langsa yang sedang melintas memutuskan untuk membeli produk olahan buah nipah Bu Fitriani.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2016). Tujuannya adalah untuk memperkirakan perubahan respon pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas. Analisis regresi linear berganda diuji menggunakan program SPSS. Persamaan umum Regresi Linear Berganda, adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Intersep

b₁ = Koefisien regresi X₁

b₂ = Koefisien regresi X₂

b₃ = Koefisien regresi X₃

b₄ = Koefisien regresi X₄

b₅ = Koefisien regresi X₅

X₁ = Variabel Lokasi

X₂ = Variabel Persepsi Harga

X₃ = Variabel Keragaman Produk

X₄ = Variabel Gaya Hidup

X₅ = Variabel Pelayanan

e = Kesalahan Prediksi (error)

Hasil dari analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan software SPSS adalah dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Pengujian Analisis Linier Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>
	<i>B</i>
	(Constant)
1	Lokasi (X ₁)
	Persepsi Harga (X ₂)
	Keragaman Produk (X ₃)

Gaya Hidup (X ₄)	.453
Pelayanan (X ₅)	.225

A. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Dari hasil perhitungan pada tabel tersebut maka dapat dibentuk model persamaan regresi linear berganda seperti berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = - 2,179 \text{ (Konstanta)} + 0,270 \text{ (Lokasi)} + 0,303 \text{ (Persepsi Harga)} \\ - 0,185 \text{ (Keragaman Produk)} + 0,453 \text{ (Gaya Hidup)} + 0,225 \\ \text{ (Pelayanan)} + e \text{ (Error)}$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijabarkan dengan interpretasinya adalah sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar -2,179 yang artinya jika tidak ada variabel X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅ (X = 0) maka Keputusan Pembelian (Y) akan menurun sebesar nilai konstanta (a) yaitu sebesar 2,179.
- Koefisien (Lokasi) sebesar 0,270 yang berarti bahwa setiap terjadi kenaikan variabel X₁ sebesar 1 skor, maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,270.
- Koefisien (Persepsi Harga) sebesar 0,303 yang berarti bahwa setiap terjadi kenaikan variabel X₂ sebesar 1 skor, maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,30.
- Koefisien (Keragaman Produk) sebesar - 0,185 yang berarti bahwa setiap terjadi kenaikan variabel X₃ sebesar 1 skor, maka akan terjadi penurunan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,185.
- Koefisien Gaya Hidup sebesar 0,453 yang berarti bahwa setiap terjadi kenaikan variabel X₄ (Gaya Hidup) sebesar 1 skor, maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,453.
- Koefisien Pelayanan sebesar 0,225 yang berarti bahwa setiap terjadi kenaikan variabel X₅ (Pelayanan) sebesar 1 skor, maka akan terjadi peningkatan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,225.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis t atau uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji parsial bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X yakni Lokasi, Persepsi Harga, Keragaman Produk, Gaya Hidup, Pelayanan secara individual atau sendiri – sendiri terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Dimana dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig < 0,05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y
- Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

Perhitungan t_{tabel} :

$$df = n - k = 60 - 6 = 54$$

dengan taraf kesalahan 0,05 maka $t_{tabel} = 1,674$

Tabel 6. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Variabel Indenden	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikansi
Lokasi (X_1)	2,449	1,674	0,018
Persepsi Harga (X_2)	2,938	1,674	0,005
Kergamanan Produk (X_3)	-1,629	1,674	0,109
Gaya Hidup (X_4)	4,028	1,674	0,000
Pelayanan (X_5)	2,010	1,674	0,049

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh maka dapat dijabarkan adalah sebagai berikut ini :

1. Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Dapat diketahui nilai sig variabel Lokasi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh sebesar $0,018 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,449 > t_{tabel} 1,674$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 diterima yang berarti secara parsial variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Olahan Buah Nipah Bu Fitriani (Y).

Lokasi pada penelitian ini mempunyai peranan yang strategis dalam menarik minat pembeli dikarenakan usaha ini berada di daerah yang mudah dijangkau oleh calon pembeli karena letaknya yang strategis berada di pinggir jalan lintas sumatra, hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam membeli produk olahan buah nipah Bu Fitriani. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Cypert *et al.* (2019) lokasi merupakan kegiatan pemasaran yang mempermudah dan memperlancar penyampaian barang dan jasa kepada konsumen. Lokasi yang strategis juga merupakan media penghubung daya tarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Sehingga pada penelitian ini terbukti hipotesis yang menyatakan bahwa "Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk olahan buah nipah Bu Fitriani". Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu dari Elly Rahayu (2018) yang menyatakan bahwa Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

2. Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian

Dapat diketahui nilai sig variabel Persepsi Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,938 > t_{tabel} 1,674$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 diterima yang berarti secara parsial variabel Persepsi Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Olahan Buah Nipah Bu Fitriani (Y).

Persepsi Harga memiliki peranan yang besar dalam menarik minat pembeli dikarenakan penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik menurut pandangan atau persepsi konsumen sesuai dengan kuantitas maupun kualitas yang diberikan oleh produknya, hal ini menjadikan konsumen merasa wajar akan harga yang ditawarkan layak dan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian produk olahan buah nipah Bu Fitriani ini. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Suhardi *et al.* (2020) yang menyatakan persepsi konsumen terhadap harga didasarkan pada interpretasi terhadap perbedaan harga dan dari interpretasi mereka terhadap penawaran yang diberikan terhadap harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sehingga pada penelitian ini terbukti hipotesis yang menyatakan bahwa “Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu dari Yusuf Suhardi *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

3. Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dapat diketahui nilai sig variabel Keragaman Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh sebesar $0,109 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -1,629 < 1,674$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 ditolak yang berarti secara parsial variabel Keragaman Produk secara negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Olahan Buah Nipah Bu Fitriani (Y).

Umumnya semakin banyak pilihan bentuk dan produk yang ditawarkan apalagi produk tersebut belum ada di usaha sejenis, maka konsumen akan semakin berminat untuk melakukan pembelian. Sejalan dengan pernyataan tersebut menurut pendapat Suhardi *et al.*, (2020) Keragaman produk (*Product Assortment*) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual dan ketersediaan produk yang dijual.

Temuan yang ada banyak peneliti mendapatkan konsumen terutama yang baru pertama kali membeli mengetahui pemilik hanya menjual sop dan jus buah nipah dan konsumen mengetahui adanya beragam produk dijual di usaha ini ketika sudah masuk dan diberitahu oleh pemilik tentang produk – produk yang dijualnya. Hal ini yang menyebabkan keragaman produk kurang efektif terlaksana di usaha ini dikarenakan kurangnya pamflet informasi di lokasi usaha dan media sosial yang hanya menampilkan produk unggulannya saja. Sehingga pada penelitian ini terbukti hipotesis yang menyatakan bahwa “Keragaman Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Temuan yang di dapat pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu Mimi S. A. dan Feliciania Daniaty (2017) yang menyatakan bahwa Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

4. Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Dapat diketahui nilai sig variabel Gaya Hidup (X_4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,028 > t_{tabel} 1,674$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_4 diterima yang berarti secara parsial variabel Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Olahan Buah Nipah Bu Fitriani (Y).

Dengan menawarkan produknya yang alami dan mempunyai segudang manfaat bagi tubuh, yang oleh karena hal tersebut terbukti berdasarkan hasil temuan yang di dapat, sangat efektif dalam mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Segudang manfaat yang diberikan oleh produk olahan buah nipah ini juga sudah didukung melalui media sosial atau artikel maupun jurnal yang menyatakan jika dikonsumsi akan memberikan banyak manfaat bagi tubuh yang hal ini juga memperkuat alasan mengapa konsumen semakin berminat untuk membeli produk olahan buah nipah Bu Fitriani. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Cahyarani (2018) menyatakan bahwa gaya hidup sehat adalah sebagai aktivitas kegiatan konsumsi yang dinyatakan dalam berbagai bentuk baik dari aktivitas, dari ketertarikan dan dari pendapat yang mendukung hal-hal mengenai kesehatan

bagi yang memiliki keseimbangan pola konsumsi yang sehat.

Sehingga pada penelitian ini terbukti hipotesis yang menyatakan bahwa “Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian”. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh Felita Chandra dan Fransisca Desiana Pranasari (2018) yang menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

5. Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Dapat diketahui nilai sig variabel Pelayanan (X_5) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh sebesar $0,049 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,010 < t_{tabel} 1,674$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_5 diterima yang berarti secara parsial variabel Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Olahan Buah Nipah Bu Fitriani (Y).

Pelayanan cukup memiliki peranan yang besar dalam menarik minat pembeli pada penelitian ini dikarenakan pelayanan yang ramah, sopan dan cepat yang diberikan oleh Bu Fitriani yang mempengaruhi alasan konsumen memutuskan membeli di lokasi usahanya. Selain itu juga konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan oleh Bu Fitriani baik itu dalam hal sarana maupun prasarana yang cukup memadai. Sejalan dengan pernyataan tersebut, menurut Rahayu (2018) mengatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah pemilik usaha kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Sehingga pada penelitian ini terbukti hipotesis yang menyatakan bahwa “Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian”. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian oleh Turmono dan Ahmad Fairuz (2019) yang menyatakan bahwa Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan uji F atau uji simultan adalah uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2016) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Dimana dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- jika $sig < 0,05$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- jika $sig > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Perhitungan F_{tabel} :

$$df_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$$

$$df_2 = n - k - 1 = 60 - 6 - 1 = 53$$

Dengan df_1 sebagai pembilang dan df_2 sebagai penyebut maka nilai F_{tabel} adalah sebesar yakni = 2,631

Tabel 7. Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Variabel Independen	F_{hitung}	F_{tabel}	Signifikansi
Lokasi, Persepsi Harga, Keragaman Produk, Gaya Hidup, Pelayanan	12,848	2,631	0,000

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Lokasi (X_1), Persepsi Harga (X_2), Keragaman Produk (X_3), Gaya Hidup (X_4) dan Pelayanan (X_5) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 12,848 > F_{tabel} 2,631$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk hipotesis ini diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan atau secara bersama – sama variabel Lokasi (X_1), Persepsi Harga (X_2), Kergagaman Produk (X_3), Gaya Hidup (X_4) dan Pelayanan (X_5) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Digunakan untuk melihat presentase perubahan variabel dependen karena independen. Apabila makin besar artinya presentase perubahannya makin tinggi, tetapi apabila makin rendah artinya persentase perubahannya juga semakin rendah (Damayanti, 2022). Untuk mengetahui seberapa besarnya kontribusi variabel bebas (lokasi, persepsi harga, keragaman produk, gaya hidup dan pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan Pembelian) ditentukan dengan koefisien determinasi.

Hasil dari pengujian koefisien determinasi menggunakan software SPSS dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.737 ^a	.543	.501	2.07099

Sumber : Data Diolah SPSS, 2023

Dapat dilihat tabel tersebut terdapat nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,501. Nilai tersebut memberikan indikasi bahwa kontribusi variabel bebas yang diteliti yakni Lokasi, Persepsi Harga, Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Pelayanan dalam mempengaruhi kenaikan terhadap variabel terikat yang diteliti yakni Keputusan Pembelian adalah sebesar 50,1% dan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya yang tidak dijelaskan oleh penelitian skripsi ini seperti contoh : *store atmosphere* (suasana toko), promosi, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa masing masing variabel diantaranya lokasi, persepsi harga, gaya hidup dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk buah nipah Bu Fitriani. Terkecuali variabel keragaman produk yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terjadi dikarenakan kurangnya informasi terkait produk apa saja yang ditawarkan sehingga variabel tersebut tidak terlaksana secara efektif yang mengakibatkan usaha tersebut menjadi terhambat dalam mengembangkan usahanya.

Terkait permasalahan tersebut saran peneliti terhadap pemilik usaha agar keragaman produk dapat terlaksana dengan baik perlu adanya evaluasi terkait peningkatan informasi mengenai menu apa saja yang tersedia di usaha ini baik melalui media sosial (google,

facebook, Instagram, tik – tok, dan sebagainya) dan saran peneliti juga agar mengganti nama yang lebih cocok dari “sop buah nipah” menjadi “produk olahan buah nipah yang nantinya akan lebih dapat menambah rasa penasaran konsumen sehingga konsumen semakin berminat untuk memutuskan membeli di usaha produk olahan buah nipah Bu Fitriani ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cahyarani, I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(3), 294-301. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/12921>
- [2] Chandra, F., & Pranatasari, F. D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Health Enterprise. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*. <https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.688>
- [3] Cypert, K., Prasetyo, E., & Setiadi, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik Di Pasar Modern Gelael Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 12(2), 67-79. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/10032>
- [4] Damayanti, T. (2022). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Toko "Khaleefa" Gemolong)* [IAIN Salatiga]. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/13256/>
- [5] Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 12(1), 99-107. 10.33050/ccit.v12i1.605
- [6] Ghozali, Imam. (2016). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 23"*. Penerbit : Universitas Diponegoro.
- [7] Juanda, B. R., Risyad, S., & Hanisah, H. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengolahan Buah Nipah (*Nypa Fruticans*, Wurmb) Menjadi Berbagai Produk Olahan Dan Pembentukan Sentra Industri Kecil Di Kecamatan Langsa Timur Kota Langsa. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, 2(1), 39-43. 10.36339/je.v2i1.107
- [8] Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. A. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik The Body Shop Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 442-456. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/10638>
- [9] Mimi, S. A., & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermat Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 124-131. <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.186>
- [10] Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal Of Science And Social Research*, 1(1), 7-12. <https://doi.org/10.54314/jssr.v1i1.108>
- [11] Saputra, Tamrin, & Suwarjoyowiratno. (2022). Pengaruh Rasio Daging Buah Nipah Dan Tepung Ketan Putih Pada Pembuatan Dodol Buah Nipah (*Nypa Fruticans*). 5(1).

- <http://dx.doi.org/10.33772/jfp.v5i1.25087>
- [12] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd Ed). Bandung: Alfabeta.
- [14] Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17-30.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>
- [15] Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- [16] Turmono, T., & Fairuz, A. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiki Tegal Parang A258p Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(2). <http://dx.doi.org/10.47313/oikonomia.v15i2.754>

HALAMAN INI SENGAJA DIKSONGKAN