

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Banjarmasin atau sekitarnya yang memenuhi kriteria, yaitu masyarakat yang pernah dan sedang berbelanja di Pasar Sudimampir Banjarmasin, baik itu masyarakat yang hanya jalan-jalan, berbelanja satuan maupun mereka yang menjadikan Pasar Sudimampir sebagai salah satu pusat grosiran. Jumlah kuesioner yang dibagikan adalah untuk 100 responden. Jawaban yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik yang dimaksud adalah:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-Laki	26	26%
2	Perempuan	74	74%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden laki-laki adalah 26% dan responden perempuan adalah 74%. Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan belanja di Pasar Sudimampir dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan.

Dalam kehidupan nyata terkadang perbedaan jenis kelamin membuat orang memberikan reaksi berbeda dalam menyikapi hal-hal yang terjadi. Dalam kehidupan nyata terlihat perempuan suka berbelanja bukan hanya untuk kesenangan, tetapi juga untuk memenuhi kehidupan sehari-hari.

b. Usia Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	%
1	<20	16	16%
2	21-35	63	63%
3	36-50	17	17%
4	>50	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa kelompok usia responden yang terbanyak berkisar antara 21-35 tahun, yaitu 63%, setelah itu berkisar antara 36-50 tahun yaitu sebanyak 17%, kemudian responden yang memiliki usia berkisar <20 tahun yaitu sebanyak 16%, dan kelompok usia responden yang lebih 50 tahun yaitu 4%. Jadi, bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden berusia antara 21-35 tahun.

Perbedaan usia memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat. Masyarakat yang berusia antara 21-35 tahun bisa dikatakan masuk dalam kategori dewasa yang masuk dalam kategori aktif dalam bekerja sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan kegiatan seperti berbelanja.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	TNI/POLRI	1	1%
2	PNS	4	4%

3	Karyawan Swasta	13	13%
4	Wiraswasta	42	42%
5	Pelajar/Mahasiswa	29	29%
6	Lainnya	11	11%
Total		100	100

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa kelompok pekerjaan responden yang terbanyak adalah wiraswasta dengan jumlah 42%, kemudian pelajar/mahasiswa 29%, karyawan swasta berjumlah 13%, PNS berjumlah 4%, TNI/POLRI berjumlah 1% dan lainnya berjumlah 11%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas pekerjaan responden adalah wiraswasta.

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
1	SD	9	9%
2	SMP	4	4%
3	SMA	63	63%
4	D1,D2,D3	6	6%
5	S1	17	17%
6	S2	1	1%
7	S3	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan kelompok pendidikan terakhir didominasi oleh SMA sebesar 63%, 17% untuk S1, 9% untuk SD, 6% untuk D1/D2/D3, 4% untuk SMP, dan terakhir 1% untuk S2. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden pendidikan terakhir SMA.

e. Pendapatan Per Bulan

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan	Jumlah	%
1	< Rp.1.000.000	22	22%
2	Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000	58	58%
3	Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000	15	15%
4	>Rp.5.000.000	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok pendapatan perbulan responden yang terbanyak adalah Rp.1.000.000 - 2.500.000 yaitu 58%. Setelah itu kelompok dengan pendapatan < Rp.1.000.000 sebanyak 22%, kemudian pendapatan Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000 sebanyak 15%, dan pendapatan >Rp.5.000.000 sebanyak 5%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas pendapatan responden adalah sebesar Rp. 1.000.000-2.500.000.

2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada para responden, menunjukkan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan konsumen berbelanja di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Jawaban Responden Terhadap Variabel Budaya (X_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel budaya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 (X1.1) Sebagai orang Banjar, saya merasa rugi kalau tidak pernah berbelanja di Pasar Sudimampir Baru

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1%
3	Netral (N)	33	33%
4	Setuju (S)	51	51%
5	Sangat Setuju (SS)	14	14%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51%, kemudian disusul jawaban netral 33%, kemudian yang menjawab sangat setuju 14%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa sebagai orang Banjar, saya merasa rugi kalau tidak pernah berbelanja di Pasar Sudimampir Baru.

Tabel 4.7 (X1.2) Berbelanja di Pasar Sudimampir Baru dapat meningkatkan rasa solidaritas (perasaan sama) dengan teman-teman dan

lingkung

an

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1%
3	Netral (N)	26	26%
4	Setuju (S)	64	64%
5	Sangat Setuju (SS)	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak

64%, kemudian disusul jawaban netral 26%, kemudian yang menjawab sangat setuju 9%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan berbelanja di Pasar Sudimampir Baru dapat meningkatkan rasa solidaritas (perasaan sama) dengan teman-teman dan lingkungan.

Tabel 4.8 (X1.3) Pelayanan yang diberikan pihak di Pasar Sudimampir Baru tidak membedakan para konsumen baik itu dilihat dari agama maupun ras

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	6	6%
4	Setuju (S)	39	39%
5	Sangat Setuju (SS)	55	55%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 55%, kemudian disusul jawaban setuju 39%, kemudian yang menjawab netral 6%, dan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan pelayanan yang diberikan pihak di Pasar Sudimampir Baru tidak membedakan para konsumen baik itu dilihat dari agama maupun ras.

b. Jawaban Responden Terhadap Variabel Sosial (X_2)

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden pada variabel sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 (X2.1) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena rekomendasi dari teman

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1%
3	Netral (N)	47	47%
4	Setuju (S)	37	37%
5	Sangat Setuju (SS)	14	14%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan netral memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 47%, kemudian disusul jawaban setuju 37%, yang menjawab sangat setuju 14%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena rekomendasi dari teman.

Tabel 4.10 (X2.2) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena keluarga saya juga berbelanja di sana

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	3	3%
3	Netral (N)	31	31%
4	Setuju (S)	55	55%
5	Sangat Setuju (SS)	11	11%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 55%, kemudian disusul jawaban netral 31%, kemudian yang menjawab sangat

setuju 11%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 3% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena keluarga saya juga berbelanja di sana.

Tabel 4.11 (X2.3) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena teman organisasi saya juga berbelanja di sana

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	28	28%
4	Setuju (S)	60	60%
5	Sangat Setuju (SS)	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 60%, kemudian disusul jawaban netral 28%, kemudian yang menjawab sangat setuju 10%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena teman organisasi saya juga berbelanja di sana.

c. Jawaban Responden Terhadap Variabel Pribadi (X_3)

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden pada variabel sosial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12 (X3.1) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru sesuai dengan pendapatan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	16	16%
4	Setuju (S)	57	57%
5	Sangat Setuju (SS)	27	27%
Jumlah		100	100%

Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 57%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 27%, kemudian yang menjawab netral 16%, responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru sesuai dengan pendapatan.

Tabel 4.13 (X3.2) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru sesuai dengan gaya hidup

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	22	22%
4	Setuju (S)	64	64%
5	Sangat Setuju (SS)	14	14%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 64%, kemudian disusul jawaban netral 22%, kemudian yang menjawab sangat setuju 14%, responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak

0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru sesuai dengan gaya hidup.

Tabel 4.14 (X3.3) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena kualitas produk sesuai dengan kepribadian saya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	28	28%
4	Setuju (S)	60	60%
5	Sangat Setuju (SS)	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 60%, kemudian disusul jawaban netral 28%, kemudian yang menjawab sangat setuju 10%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena kualitas produk sesuai dengan kepribadian saya.

d. Jawaban Responden Terhadap Variabel Psikologi (X_4)

Data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden pada variabel psikologi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15 (X4.1) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena termotivasi dari adanya kebutuhan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	70	70%

5	Sangat Setuju (SS)	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 70%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 22%, dan yang menjawab netral 8%, sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Kenyataan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena termotivasi dari adanya kebutuhan.

Tabel 4.16 (X4.2) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena mudah dalam mencari produk yang saya inginkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	10	10%
4	Setuju (S)	69	69%
5	Sangat Setuju (SS)	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 69%, kemudian disusul sangat setuju 21%, dan yang menjawab netral 10%, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Kenyataan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena mudah dalam mencari produk yang saya inginkan.

Tabel 4.17 (X4.3) Saya memutuskan berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena adanya pengalaman baik ketika berbelanja

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	31	31%
4	Setuju (S)	58	58%
5	Sangat Setuju (SS)	11	11%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 58%, kemudian disusul jawaban netral 31%, dan yang menjawab sangat setuju 11%, sedangkan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Kenyataan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya memutuskan berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena adanya pengalaman baik ketika berbelanja.

e. Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.18 (Y1.1) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena adanya dorongan kebutuhan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	73	73%
5	Sangat Setuju (SS)	19	19%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 73%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 19%, kemudian yang menjawab netral 8%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena adanya dorongan kebutuhan.

Tabel 4.19 (Y1.2) Saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena mudah dalam mencari produk yang saya inginkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
2	Tidak Setuju (TS)	0	0
3	Netral (N)	10	10%
4	Setuju (S)	69	69%
5	Sangat Setuju (SS)	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 69%, kemudian disusul sangat setuju 21%, kemudian yang menjawab netral 10%, dan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena mudah dalam mencari produk yang saya inginkan.

Tabel 4.20 (Y1.3) Saya memutuskan berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena produk-produk yang ada di sana mampu memenuhi kebutuhan yang saya inginkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	17	17%
4	Setuju (S)	77	77%
5	Sangat Setuju (SS)	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 77%, kemudian disusul jawaban netral 17%, kemudian yang menjawab sangat setuju 6%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 0%. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya memutuskan berbelanja di Pasar Sudimampir Baru karena produk-produk yang ada di sana mampu memenuhi kebutuhan yang saya inginkan.

Tabel 4.21 (Y1.4) Saya merasa nyaman dan percaya terhadap produk yang ada di Pasar Sudimampir Baru

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	18	18%
4	Setuju (S)	74	74%
5	Sangat Setuju (SS)	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, Lilis, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 74%, kemudian disusul jawaban netral 18%, kemudian yang menjawab sangat setuju 8%, dan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan saya merasa nyaman dan percaya terhadap produk yang ada di Pasar Sudimampir Baru.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnnya. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Suatu pernyataan dikatakan valid jika *Product moment pearson* atau r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Menentukan derajat bebas (*degree of freedom*=df) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2 (df= N-2), N= 100 maka df= 100-2=98 dengan tingkat signifikansi 10%.

Dari jumlah 100 sampel, diperoleh df=98 dan $r_{tabel} = 0,1654$ (dapat dilihat pada lampiran r_{tabel}). Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir item tersebut dapat dinilai valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir item tersebut tidak valid. Berikut adalah hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Budaya (X_1)	1	0,664	0,1654	Valid
	2	0,698	0,1654	Valid
	3	0,577	0,1654	Valid
Sosial (X_2)	4	0,672	0,1654	Valid
	5	0,663	0,1654	Valid
	6	0,587	0,1654	Valid
Pribadi (X_3)	7	0,706	0,1654	Valid
	8	0,772	0,1654	Valid
	9	0,764	0,1654	Valid
Psikologi (X_4)	10	0,675	0,1654	Valid
	11	0,703	0,1654	Valid
	12	0,763	0,1654	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	13	0,528	0,1654	Valid
	14	0,698	0,1654	Valid
	15	0,743	0,1654	Valid
	16	0,617	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Dari data di atas, nilai r hitung dari semua item lebih besar dari r tabel (0,1654). Ini berarti hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua butir item valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Berikut uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Reliability Statistic		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on	N of Items

	Standardized Items	
.824	.829	16

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Dapat terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* di atas, jika nilai Alpha > 0,60 maka item-item pertanyaan dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* di atas adalah 0,824 > 0,60, maka item-item pernyataan dapat dinyatakan reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogrov-Smirnov (Sujarweni, 2014, hal. 52).

Tabel 4.24 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81776186
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.039
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

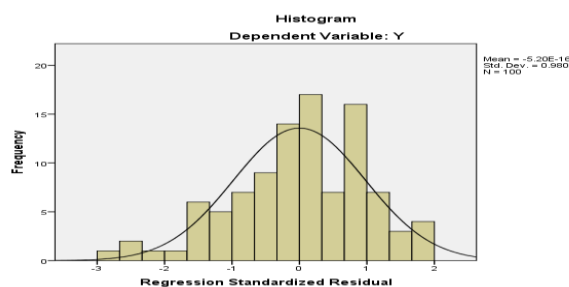
b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sampel Kolmogorov-Smirnov test dalam tabel 4.24 di atas, diperoleh nilai sig. Sebesar $0,200 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

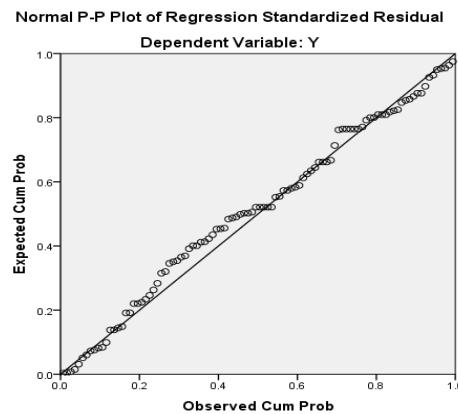
Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan. Pada dasarnya uji normalitas dengan grafik histogram dapat dikenali dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik residualnya.

- 1) Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, diagonal atau grafik histogramnya.
- 2) Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal grafik histogramnya.



Gambar 4.1 Hasil Uji Histogram

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019



Gambar 4.2 Uji P-plot

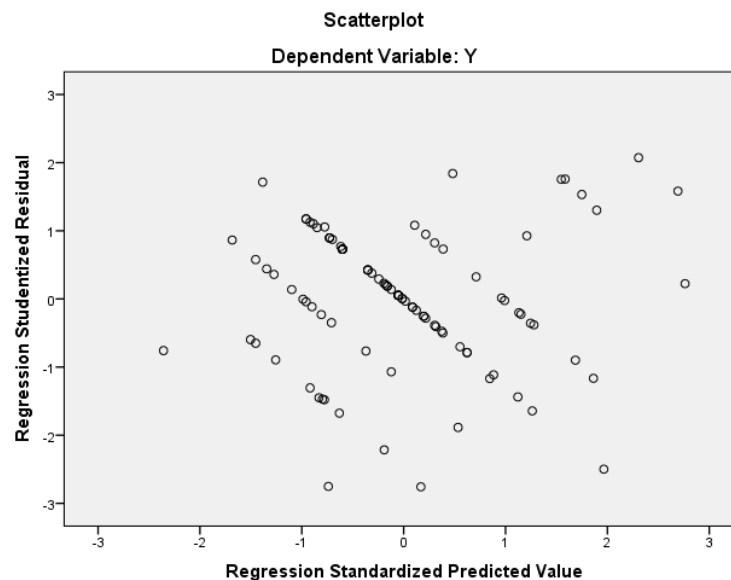
Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Berdasarkan gambar 4.1 di atas di mana grafik histogram memberikan pola distribusi yang berbentuk lonceng artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya gambar 4.2 (P.plot) terlihat titik-titik mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam sebuah model regresi. Heteroskedastisitas dapat diuji dengan metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada *scatterplot*.

Berikut hasil heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots, penelitian ini menggunakan SPSS 22 *for windows* pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3 Scatterplot

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan ada hubungan linear secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Variabel yang menyebabkan tidak terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10. Nilai VIF dan *tolerance* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Budaya (X ₁)	1,633	0,612	Tidak terjadi multikolinearitas
Sosial (X ₂)	2,282	0,438	Tidak terjadi multikolinearitas
Pribadi (X ₃)	1,496	0,668	Tidak terjadi multikolinearitas
Psikologi (X ₄)	1,605	0,623	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Berdasarkan uji multikolinearitas dalam tabel 4.25 di atas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,612 untuk budaya, 0,438 untuk sosial, 0,668 untuk pribadi, dan 0,623 untuk psikologi, berarti angka tersebut lebih besar dari 0,1. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 1,633 untuk budaya, 2,282 untuk sosial, 1,496 untuk pribadi, dan 1,605 untuk psikologi, berarti angka tersebut lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows*. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Berikut adalah rumus Regresi Linear Berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terkait (*dependent*) yaitu keputusan pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : Kofisien regresi

X_1 : Variabel bebas (*independent*) yaitu budaya

X_2 : Variabel bebas (*independent*) yaitu sosial

X_3 : Variabel bebas (*independent*) yaitu pribadi

X_4 : Variabel bebas (*independent*) yaitu psikologi

e : Multiple regression/error

Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows* berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.26 Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.934	1.026		3.833	.000
X1	.364	.085	.351	4.280	.000
X2	-.110	.091	-.117	-1.209	.230
X3	.070	.073	.076	.969	.335
X4	.669	.087	.623	7.657	.000

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 3,934 + 0,364 X_1 - 0,110 X_2 + 0,070 X_3 + 0,669 X_4$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta adalah 3,934. hal ini berarti jika budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4) bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai positif yaitu 3,934.

b. Budaya (X_1)

Nilai koefisien regresi variabel budaya bernilai positif yaitu 0,364 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor budaya mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,364 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor budaya turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,364.

c. Sosial (X_2)

Nilai koefisien regresi variabel sosial bernilai negatif yaitu -0,110 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor sosial mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,110 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor sosial turun satu persen maka keputusan pembelian akan naik 0,110.

d. Pribadi (X_3)

Nilai koefisien regresi variabel pribadi bernilai positif yaitu 0,070 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor pribadi mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,070 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor pribadi turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,070.

e. Psikologi (X_4)

Nilai koefisien regresi variabel psikologi bernilai positif yaitu 0,669 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor psikologi mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,669 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor psikologi turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,669.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi maka dilakukan pengujian-pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji simultan) dan uji t (uji signifikansi parsial).

a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dapat dilihat pada output Model Summary dari hasil analisis Regresi Linear Berganda. Regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R square* adalah nilai *R square* yang telah disesuaikan.

Tabel 4.27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780 ^a	,608	,592	,835

a. Predictors (Constant), X_4 , X_1 , X_3 , X_2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Berdasarkan *output* di atas, nilai *Adjusted R square* menunjukkan angka sebesar 0,592 atau 59,2%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (budaya, sosial, pribadi, psikologi) terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian) sebesar 59,2%, variasi variabel tergantung. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh secara simultan terhadap variabel terkait Keputusan Pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan yang signifikan dari budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

H_1 : Ada pengaruh secara simultan yang signifikan dari budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,1

Degree of freedom (df) = (k-1) (n – k -1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{table}$ atau $sig. > \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} > F_{table}$ atau $sig. \leq \alpha$

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA. H_0 ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$). F tabel dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$, $df_2 = n - k - 1$, dan $\alpha = 10\%$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah semua variabel). Dengan demikian, $df_1 = 4$ $df_2 = 95$, hasil F_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1,67. H_0 juga ditolak jika nilai sig. Lebih kecil dari tingkat yang telah ditentukan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1.

Hasil uji F dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.28 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.785	4	25.696	36.873	.000 ^b
	Residual	66.205	95	.697		
	Total	168.990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Berdasarkan tabel 4.28 di atas nilai F_{hitung} sebesar 36,873; nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 1,67 ($36,873 > 1,67$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Pada penelitian ini, penulis menemukan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi mampu memengaruhi keputusan pembelian.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil uji T dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.29 Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.934	1.026		3.833	.000
X1	.364	.085	.351	4.280	.000
X2	-.110	.091	-.117	-1.209	.230
X3	.070	.073	.076	.969	.335
X4	.669	.087	.623	7.657	.000

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: Hasil Penelitian, Lilis, 2019

Tabel di atas memaparkan tentang uji koefisien yang menjelaskan tentang uji T. Sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji T. Uji dalam regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,1

Degree of freedom (df) = (n – k -1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $T_{hitung} \leq T_{table}$ atau $sig. > \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $T_{hitung} > T_{table}$ atau $sig. \leq \alpha$

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial:

1) Variabel Budaya (X_1)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara budaya terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara budaya terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel budaya (4,280) > t_{tabel} (1,661) atau nilai sig. (0,000) < alpha (α) 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel budaya mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel budaya memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

2) Sosial (X_2)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara sosial terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara sosial terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel sosial $(-1,209) < t_{tabel}$ $(1,661)$ atau nilai sig. $(0,230) > \alpha$ $(\alpha) 0,10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel sosial tidak mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel sosial tidak memengaruhi keputusan pembelian, sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.

3) Pribadi (X_3)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara pribadi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara pribadi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel pribadi $(0,969) < t_{tabel}$ $(1,661)$ atau nilai sig. $(0,335) > \alpha$ $(\alpha) 0,10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel pribadi tidak mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel pribadi tidak memengaruhi keputusan pembelian, sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.

4) Psikologi (X_4)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara psikologi terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel psikologi (7,657) > t_{tabel} (1,661) atau nilai sig. (0,000) < alpha (α) 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel psikologi mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel psikologi memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

5. Pembahasan

Hasil analisis Uji F, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 dan lebih kecil dari $\alpha = 0,1$, maka H_0 ditolak, yang artinya variabel-variabel bebas yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara

bersama-sama berpengaruh secara statistik terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

Hasil analisis Uji T, diketahui bahwa terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel budaya dan psikologi. Sedangkan variabel sosial dan pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin.

a. Budaya (X_1)

Faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t, untuk faktor budaya diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,280 dan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,280 > 1,661$) dan $sig. < \alpha$ ($0,000 < 0,10$). Maka dari itu H_0 di tolak dan H_a diterima.

Faktor pertama yang memengaruhi perilaku pembelian adalah faktor kebudayaan. Faktor budaya (budaya, sub-budaya, dan kelas sosial) sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya (Kotler & Keller, 2018).

Ketika tumbuh dalam suatu masyarakat, seseorang akan mempelajari nilai-nilai dasar, keinginan, dan perilaku dari keluarga maupun institusi penting lainnya. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya, dan budaya akan memengaruhi proses keputusan pembelian konsumen. Budaya di setiap negara berbeda-beda, semakin kuat budaya bangsa yang dipegang oleh seseorang maka semakin sulit mengubahnya. Contohnya, konsumen yang mempunyai jiwa

kebudayaan yang kurang melekat utuh di dalam dirinya, akan mudah terpengaruh oleh kebudayaan asing untuk mengonsumsi produk luar, dan konsumen yang mempunyai jiwa kebudayaan modern yang menuntut kepraktisan, ia akan cenderung lebih konsumtif. Jadi seseorang akan terpengaruh untuk memutuskan keputusan pembeliannya karena faktor budaya salah satunya.

b. Sosial (X_2)

Faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t, untuk faktor sosial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,209 dan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,230. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,209 < 1,661$) dan $sig. > \alpha$ ($0,230 > 0,10$, maka dari itu H_0 diterima dan H_a ditolak.

Penulis menduga ada alasan yang membuat variabel sosial tidak memengaruhi keputusan pembelian. Alasan tersebut yaitu tidak semua orang mempunyai tingkat selera dan gaya hidup yang sama dan juga semua orang mempunyai pendapatnya masing-masing dalam hal untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya yang dapat memberikan nilai untuk seseorang.

c. Pribadi (X_3)

Faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t, untuk faktor pribadi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,969 dan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,335. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,969 < 1,661$) dan $sig. > \alpha$ ($0,335 > 0,10$, maka dari itu H_0 diterima dan H_a ditolak.

Penulis menduga ada alasan yang membuat variabel pribadi tidak memengaruhi keputusan pembelian. Alasan tersebut yaitu tidak semua konsumen menganggap bahwa usia, tahap siklus hidup maupun gaya hidup akan memengaruhi keputusan pembelian. Jika usia, tahap siklus hidup, gaya hidup mengalami peningkatan, maka keputusan pembelian akan menurun.

d. Psikologi (X_4)

Faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Sudimampir Baru Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t, untuk faktor psikologi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,657 dan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,657 > 1,661$) dan $sig. < \alpha$ (0,000 $< 0,10$), maka dari itu H_0 di tolak dan H_a diterima.

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat *biogenis*. Kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan tidak nyaman. Kebutuhan yang lain bersifat *psikogenis*. Kebutuhan itu muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan cukup mampu mendorong seseorang bertindak (Kotler & Keller, 2018).

Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena konsumen mempunyai kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Jika motivasi kebutuhan seseorang mengalami peningkatan, keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan.

