

ABSTRAK

Aminah. 2026. *Pengaruh Faktor Budaya Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Pedagang Panyambangan Di Pasar Terapung Lok Baintan*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, S.E, M.M.

Kata Kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian, *Panyambangan*, Pasar Terapung Lok Baintan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan, salah satunya adalah faktor budaya dan faktor sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor budaya dan faktor sosial berpengaruh, baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 30 orang pedagang *Panyambangan*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan teknik *accidental sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS ver. 22.

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi faktor budaya sebesar $0,037 < 0,05$, sehingga faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan. Adapun nilai signifikansi faktor sosial sebesar $0,761 > 0,05$, sehingga faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F (simultan) menunjukkan nilai signifikansi $0,109$ ($0,109 > 0,05$), sehingga secara simultan faktor budaya dan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,151$ menunjukkan bahwa kedua variabel hanya mampu menjelaskan 15,1% variasi keputusan pembelian, sedangkan 84,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

ABSTRACT

Aminah. 2026. *The Influence of Cultural and Social Factors on Purchasing Decisions of Panyambangan Traders at the Lok Baintan Floating Market.* Undergraduate Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Supervisor: Rohana Faridah, S.E., M.M.

Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Purchasing Decisions, *Panyambangan*, Lok Baintan Floating Market.

This study was motivated by the existence of various factors that may influence the purchasing decisions of *Panyambangan* traders at the Lok Baintan Floating Market, including cultural and social factors. The study aimed to determine whether cultural and social factors influence purchasing decisions, both simultaneously and partially, among *Panyambangan* traders at the Lok Baintan Floating Market.

This study employed a quantitative field research approach involving 30 *Panyambangan* traders as respondents. Data were collected through questionnaires using an accidental sampling technique. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 22.

The results showed that cultural factors had a significant effect on the purchasing decisions of *Panyambangan* traders at the Lok Baintan Floating Market ($\text{Sig.} = 0.037 < 0.05$), while social factors had no significant effect ($\text{Sig.} = 0.761 > 0.05$). Furthermore, the F-test indicated that cultural and social factors did not simultaneously have a significant effect on purchasing decisions ($\text{Sig.} = 0.109 > 0.05$). The coefficient of determination (R^2) was 0.151, indicating that cultural and social factors explained 15.1% of the variance in purchasing decisions, while the remaining 84.9% was influenced by other factors not examined in this study.