

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Pasar Terapung

Pasar terapung di Kalimantan Selatan berkembang sebagai bagian dari kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh kondisi geografis daerah yang dikelilingi oleh banyak Sungai. Karakteristik tersebut membuat Kalimantan Selatan sering dijuluki sebagai kota seribu sungai. Keberadaan pasar terapung sebagai salah satu bentuk pasar tradisional telah dikenal sejak zaman dahulu dan masih dipertahankan oleh masyarakat hingga sekarang. Pasar terapung merupakan manifestasi dari warisan budaya yang dijaga dan dilestarikan oleh masyarakat Banjar selama bertahun-tahun. (Normelani, 2019)

Pasar Terapung Lok Baintan merupakan salah satu pasar terapung tradisional yang adanya di Sungai Martapura, Desa Lok Baintan Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar. Pasar Terapung Lok Baintan memiliki karakteristik yang hampir sama dengan Pasar Terapung Muara Kuin yang berada di kota Banjarmasin. Kedua pasar tersebut adalah pasar tradisional yang beroperasi di atas perahu yang menawarkan berbagai dagangan hasil

dari perkebunan, pertanian, kebutuhan sehari-hari dan banyak lainnya.

Kegiatan perdagangan di Pasar Terapung Lok Baintan berjalan pada pagi hari dimulai sejak matahari terbit. Dimulai dari jam 05.30 atau setelah selesai shalat subuh hingga jam 08.00 pagi.

Berbagai jenis barang diperdagangkan di Pasar Terapung Lok Baintan, mulai dari hasil pertanian, hasil perkebunan, makanan tradisional hingga berbagai kebutuhan sehari-hari. Komoditas yang dijual adalah hasil dari produksi masyarakat sekitar yang diperoleh dari sawah, kebun maupun usaha sendiri. Hal ini menjadikan pasar terapung tidak hanya menjadi tempat jual beli namun juga menjadi wadah distribusi hasil produksi masyarakat setempat. (Hendraswati, 2016)

Kegiatan jual beli di Pasar Terapung Lok Baintan lebih banyak diisi oleh perempuan. Lama kegiatan perdagangan biasanya hanya berlangsung dalam waktu yang relatif singkat yaitu sekitar 3-4 jam saja. Setelah seluruh transaksi selesai dan suasana mulai sepi, para pedagang akan pulang ke rumah masing-masing. (Arisanty dkk., 2020)

b. Karakteristik responden

1) Jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	30	100%
2	Laki-laki	0	0
Total		30	100%

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang atau sebesar 100%, seluruhnya adalah perempuan. Adapun responden laki-laki tidak ada pada penelitian ini.

2) Umur

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur responden	Frekuensi (orang)	Persentase (100%)
1	≤ 30 tahun	2	6,7%
2	31- 40 tahun	11	36,7%
3	41- 50 tahun	13	43,3%

4	≥ 50 tahun	4	13,3%
Jumlah		30	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kelompok umur 41-50 tahun dengan jumlah 13 atau 43,3%. Adapun kelompok umur 31-40 tahun berjumlah 11 atau 36,7%, kelompok umur ≥ 50 tahun berjumlah 4 atau 13,3% dan kelompok umur ≤ 30 tahun merupakan yang paling sedikit dengan jumlah 2 atau 6,7%.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas Dan Uji Realibilitas

1) Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan dari pernyataan yang ada pada kuesioner. Pernyataan tersebut dikatakan valid jika nilai r hitung-nya lebih besar daripada r tabel. Perhitungan nilai r tabel dengan jumlah responden 30 yaitu $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Pada taraf signifikansi 5%, nilai r tabel untuk $df = 28$ adalah 0,361.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	Pernyataan			

Faktor Budaya (X1)	X1.1	0,840	0,361	Valid
	X1.2	0,864	0,361	Valid
Faktor Sosial (X2)	X2.1	0,809	0,361	Valid
	X2.2	0,842	0,361	Valid
	X2.3	0,859	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,618	0,361	Valid
	Y2	0,655	0,361	Valid
	Y3	0,705	0,361	Valid
	Y4	0,582	0,361	Valid
	Y5	0,692	0,361	Valid

2) Uji reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui tingkat keteraturan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner. Pengujian realibilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha, apabila nilainya lebih besar dari 0,60 maka instrumen tersebut reliabel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Standar Reliabilitas	Keterangan
Faktor Budaya (X1)	0,621	0, 60	Reliabel
Faktor Sosial (X2)	0,782	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,654	0,60	Reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian telah memiliki pola distribusi yang normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan melihat nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) dengan tingkat signifikansi 0,05.

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11389434
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.086
	Negative	-.144
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Dari tabel terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,113. Nilai signifikansi sebesar 0,113 lebih besar dari 0,05, menyatakan bahwa data penelitian ini memiliki distribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan agar dapat mengetahui apakah ada atau tidak korelasi antar variabel independen. Hasil uji dapat

dilihat dengan menganalisis nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi dikatakan bebas multikolinearitas apabila memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF kurang dari 10.

Tabel 4.6

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.992	3.546		3.099	.004		
1 Faktor_Budaya	.747	.341	.391	2.194	.037	.988	1.013
Faktor_Sosial	.072	.234	.055	.307	.761	.988	1.013

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel faktor budaya (X1) dan faktor sosial (X2) memiliki nilai *tolerance* yang sama yaitu sebesar 0,988. Nilai tersebut > 0,10 sehingga menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Pada tabel juga terlihat nilai VIF yaitu 1.013 yang nilainya lebih kecil dari

10, menandakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel faktor budaya dan faktor sosial.

3) Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menggunakan uji gletser dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a) Jika nilai thitung > ttabel atau nilai Sig. > 0,05, maka tidak terjadi heterokedastisitas
- b) Jika nilai thitung < ttabel dan nilai Sig. < 0,05, maka terjadi heterokedastisitas/

Tabel 4.7
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.637	2.057		.796	.433
Faktor_Budaya	-.218	.198	-.204	-1.104	.279
Faktor_Sosial	.151	.136	.205	1.112	.276

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikansi faktor budaya (X1) sebesar 0,279, variabel faktor sosial (X2) sebesar 0,276. Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga

dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut tidak terdapat gejala heterokedastisitas

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara pengaruh variabel bebas yaitu faktor budaya dan faktor sosial terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dan untuk meramalkan seberapa besar nilai dari semua variabel, apakah variabel independen mengalami peningkatan atau penurunan, serta untuk memahami arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Rumus dari hubungan model regresi berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Hasil pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda disajikan pada tabel berikut

Tabel 4.8
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.992	3.546		3.099	.004
Faktor_Budaya	.747	.341	.391	2.194	.037
Faktor_Sosial	.072	.234	.055	.307	.761

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Hasil analisis yang disajikan pada tabel 4.8, koefisien regresi linier berganda diperoleh dari nilai pada kolom *Unstandardized Coefficients*. Nilai tersebut kemudian dimasukkan ke model persamaan

$$Y = 10,992 + 0,747 X_1 + 0,072 X_2 + e$$

Berikut uraian terkait persamaan diatas:

- 1) Nilai konstanta sebesar 10,992 dapat diartikan bahwa apabila faktor budaya dan faktor sosial tidak mengalami perubahan atau dianggap bernilai nol (0), maka nilai keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan akan tetap sebesar 10,992 dengan anggapan bahwa variabel lain bernilai konstan atau tetap.
- 2) Koefisien regresi variabel faktor budaya sebesar 0,747 menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel faktor budaya terhadap keputusan pembelian. Setiap peningkatan sebesar satu pada faktor budaya maka akan meningkatkan keputusan pembelian pedagang *panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan sebesar 0,747 jika variabel lain tetap.
- 3) Adapun nilai koefisiensi regresi dari variabel faktor sosial sebesar 0,072. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pedagang

Panyambangan di Pasar Terapung Lok Baintan dan setiap terjadi peningkatan sebesar satu pada faktor sosial maka keputusan pembelian mengalami kenaikan sebesar 0,072 jika variabel lain bernilai tetap.

d. Uji hipotesis

1) Uji simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yaitu faktor budaya dan faktor sosial secara simultan memiliki pengaruh pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan program *SPSS* ver. 22, dengan hasil uji simultan (uji F) pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.112	2	11.556	2.408	.109 ^b
	Residual	129.588	27	4.800		
	Total	152.700	29			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Faktor_Sosial, Faktor_Budaya

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada tabel diperoleh nilai F hitung sebesar 2,408. Untuk menentukan F tabel dihitung dengan derajat kebebasan (df), yaitu

$$df_1 = \text{jumlah variabel bebas} = 2$$

$$df_2 = n - k - 1 = 30 - 2 - 1 = 27$$

berdasarkan nilai tersebut dengan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh f tabel sebesar 3,35.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $2,408 < 3,35$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Selain itu nilai Sig. sebesar $0,109 > 0,05$ maka H_0 diterima dengan kesimpulan bahwa variabel faktor budaya dan faktor sosial secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan.

2) Uji parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah variabel faktor budaya dan faktor sosial secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan.

a) Variabel faktor budaya (X1)

Tabel 4.10

Hasil Uji Parsial (Uji t) Faktor Budaya

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.992	3.546		3.099	.004
	Faktor_Budaya	.747	.341	.391	2.194	.037
	Faktor_Sosial	.072	.234	.055	.307	.761

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan nilai t hitung pada variabel faktor budaya sebesar 2.194. Adapun nilai t tabel dapat diperoleh dengan perhitungan $df = n - k - 1 = 30 - 2 - 1 = 27$. Df (27) dengan signifikansi 5% maka nilai t tabel sebesar 2,052. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,194 > 2,052$) maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, nilai Sig. variabel faktor budaya sebesar 0,037 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga juga menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan

pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan.

b) Variabel faktor sosial

Tabel 4.11

Uji Parsial (Uji t) Faktor Sosial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.992	3.546		3.099	.004
Faktor_Budaya	.747	.341	.391	2.194	.037
Faktor_Sosial	.072	.234	.055	.307	.761

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil SPSS Ver 22, 2026

Pada tabel menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memperoleh nilai t hitung sebesar 0,307, sedangkan nilai t tabel sebesar 2,052. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,307 < 2,052$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Hal tersebut didukung oleh nilai Sig. sebesar $0,761 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi untuk melihat besarnya kontribusi variabel independen yaitu faktor budaya dan faktor sosial, terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi melalui analisis regresi disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.12

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389 ^a	.151	.088	2.191

a. Predictors: (Constant), Faktor_Sosial, Faktor_Budaya

Dari tabel dapat dilihat bahwa setelah dilakukan uji diperoleh nilai R Square sebesar 0,151 atau 15,1%. Berdasarkan nilai R Square tersebut berarti bahwa faktor budaya dan faktor sosial mampu menjelaskan keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* sebesar 15,1%, sedangkan sisanya 84,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Faktor Budaya dan Sosial terhadap Keputusan Pembelian oleh Pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan secara Simultan.

Berdasarkan hasil pengujian uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 2,408 lebih besar dari nilai f tabel yaitu 3,35 serta nilai

signifikansinya $0,109 > 0,05$, sehingga didapatkan hasil bahwa faktor budaya dan sosial secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* Di Pasar Terapung Lok Baintan.

Berdasarkan hasil jawaban responden sebanyak 88% menyatakan bahwa faktor budaya dan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengakui adanya faktor budaya dan sosial dalam aktivitas pembelian. Namun, kedua variabel tersebut belum cukup kuat untuk menjelaskan keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* secara keseluruhan.

Dalam teori Kotler mengatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. (Abdullah & Tantri, 2014) Hal tersebut menjadikan keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor pribadi dan psikologis.

Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,151 yang menunjukkan bahwa faktor budaya dan sosial hanya mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 15,1%. Sisanya 84,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan tidak hanya ditentukan oleh faktor budaya dan sosial, tetapi lebih dipengaruhi oleh pertimbangan lainnya.

2. Pengaruh Faktor Budaya dan Sosial terhadap Keputusan Pembelian oleh Pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan secara Parsial.

a. Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian oleh Pedagang *Panyambangan* Di Pasar Terapung Lok Baintan.

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel faktor budaya menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,194, lebih besar dari t tabel ($2,194 > 2,052$) dan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan.

Hal ini terlihat dari jawaban responden yang sebanyak 56,67% memilih sangat setuju, 30% memilih setuju dan 13,33% memilih tidak setuju dari dua pertanyaan terkait budaya. Sehingga persentase tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pedagang *Panyambangan* mengakui bahwa budaya yang berkembang di lingkungan mereka turut menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Saputra, 2022) yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Teori Kotler menyatakan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, psikologi, dan pribadi. Adapun budaya

diartikan sebagai nilai yang dipelajari dan berperan dalam mengarahkan perilaku konsumen.

Budaya dalam masyarakat dapat dilihat dari nilai-nilai yang dianut, letak geografis serta keragaman kelompok etnis atau rasnya. Budaya yang berkembang di masyarakat Banjar khususnya sekitar Pasar Terapung Lok Baintan seperti tradisi berjualan di atas sungai menggunakan perahu, letak pasar yang dekat dengan wilayah tinggal, serta nilai budaya yang diwariskan turun temurun menjadi salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di Pasar Terapung Lok Baintan.

- b. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian oleh Pedagang *Panyambangan* Di Pasar Terapung Lok Baintan.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung variabel faktor sosial sebesar 0,307, lebih kecil dari t tabel ($0,307 < 2,052$) dan nilai signifikansi sebesar $0,761 > 0,05$. Hasil uji menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh Pedagang *Panyambangan* Di Pasar Terapung Lok Baintan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ditolak.

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap variabel faktor sosial, diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 48,89% memilih sangat setuju, 40% memilih setuju dan 11,11% memilih tidak setuju. Secara deskriptif pedagang *Panyambangan* di

Pasar Terapung Lok Baintan memiliki persepsi yang positif pada faktor sosial namun dalam analisis dihasilkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hakim, 2020) yang menemukan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian oleh penghuni kos pada aplikasi *Shopee*.

Menurut Irwan (2019), keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial di antaranya kelompok acuan, keluarga serta peran dan status. Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pedagang *Panyambangan* tidak dipengaruhi oleh faktor sosial tersebut. Kondisi ini dapat dipengaruhi karena pedagang *Panyambangan* adalah pelaku usaha yang lebih mengutamakan pertimbangan ekonomi dan kebutuhan usahanya daripada mempertimbangkan pengaruh lingkungan sosial. Sehingga terdapat faktor lain seperti produk, harga, promosi, pelayanan, tempat dan lainnya yang diduga lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pedagang *Panyambangan* di pasar Terapung Lok Baintan.