

**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DURIAN DENGAN SISTEM
IJON**

Muhammad Khoirul Fikri¹, Sukirno²

^{1,2}Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan

¹muhammad.khoirul.fikri@iainpekalongan.ac.id, ²sukirnorx97@gmail.com

Abstract

Cultural, social, personal, and psychological are consumer behavior factors in buying and selling transactions, especially buying and selling durian using the bonded bond system in Lemahabang Village. In practice, buying and selling of durian using the bonded system is carried out by both parties when the fruit is still on the tree, so the quality and quantity are not known. The purpose of this study was to determine how much cultural, social, personal, and psychology influence the purchase decision for durian with the bonded system. This study uses multiple linear regression analysis using the SPSS program. The population in this study were all durian farmers who were durian buyers with the bonded bond system in Lemahabang Village whose numbers were unknown or infinite. The sampling technique uses incidental sampling and the determination of the number of samples using the Lemeshow formula, which is a total of at least 100 samples. The data collection method used a questionnaire. The results showed that partially cultural, social, personal, and psychological factors had a significant and positive effect and positive relationship between the independent variables on durian purchasing decisions with the bonded system. Simultaneously, culture, social, personal, and psychological factors influence on durian purchasing decisions with the results of f count of $45.106 > f$ table of 2.47 and a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Social; Personal; Psychological; Purchase Decision; and Ijon.

Abstrak

Budaya, sosial, personal, dan psikologis merupakan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi jual beli khususnya jual beli durian dengan sistem obligasi berikat di Desa Lemahabang. Dalam prakteknya jual beli durian dengan sistem berikat dilakukan oleh kedua belah pihak pada saat buah

masih di pohon, sehingga tidak diketahui kualitas dan kuantitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem bonded. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani durian pembeli durian dengan sistem bonded bond di Desa Lemahabang yang jumlahnya tidak diketahui atau tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel menggunakan insidental sampling dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow, yaitu total minimal 100 sampel. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan dan positif serta memiliki hubungan positif antara variabel independen terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem berikat. Secara simultan pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian durian dengan hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Sosial; Pribadi; Psikologis; Keputusan Pembelian; dan Ijon.

A. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang mengatur segala aspek kehidupan manusia baik dibidang muamalah, ibadah, akhlak dan akidah sebagai agama yang sempurna. Bermuamalah merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh sebagian besar manusia di bumi. Namun, pada era sekarang ini, materi muamalah cenderung di abaikan oleh umat Islam, padahal salah satu ajaran penting Islam adalah tentang muamalah. Jual beli (*al-ba'i.*) merupakan kegiatan muamalah yang paling sering dilakukan manusia, sedangkan dasar hukum jual beli dalam Islam adalah halal kecuali ada dalil yang melarangnya.¹ *Gharar* merupakan permasalahan dalam ekonomi Islam yang sering di jumpai dalam praktik jual beli yang dilakukan oleh masyarakat saat ini.

Praktik jual beli dengan sistem ijon merupakan salah satu bentuk jual beli *gharar* yang terjadi dalam masyarakat. Sistem ijon merupakan jual beli yang belum diketahui jumlah dan kadarnya secara jelas. Desa Lemahabang

¹Misra Madjid, "Praktek Jual Beli Gharar Dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Desa Kayumoyondi Kecamatan Kotabunan," n.d., 1-17.

Kecamatan Doro Kabupaten Pekalongan, merupakan salah satu desa yang menerapkan jual beli durian dengan sistem ijon. Praktik jual beli durian di Desa Lemahabang dilakukan oleh kedua belah pihak terjadi ketika buah masih di atas pohon dan belum dipanen sehingga belum diketahui kualitas dan kuantitasnya.

Sistem jual beli durian di Desa Lemahabang ada dua sistem yaitu dengan sistem per panen dan sistem *Sletongan*. Pertama, sistem per panen dilakukan dengan menjual buah durian yang masih di pohon untuk sekali panen dengan penentuan harga berdasarkan banyak sedikitnya bunga atau buah yang masih muda dengan perkiraan seberapa besar potensi keberhasilan buah atau bunga yang berhasil menjadi buah. Kedua, sistem *sletongan* yaitu sistem yang dilakukan dengan prosedur pembeli membeli durian dengan kurun waktu dua kali panen atau lebih sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak dengan taksiran harga jual sesuai dengan jumlah buah yang dihasilkan dari musim-musim sebelumnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh St. Rahayu Arini Lestari yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras di Kota Makasar menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan faktor perilaku konsumen yang meliputi budaya, sosial dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun variabel pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.² Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Taryo Rizkiansah, Dewi Kurniati, dan Imelda yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Pribadi Dan Psikologis pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan variabel pribadi dan

²St. Rahayu Arini Lestari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras di Kota Makasar", *Skripsi* (Makasar: Universitas Hasanudin, 2018). Hlm. 113-114.

psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian.³

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang memiliki pengaruh besar dalam penentuan keputusan pembelian. Variabel pertama adalah budaya, Menurut Koenjtjaraningrat Kebudayaan adalah segala pikiran, keinginan dan perilaku manusia yang secara fungsional dan disfungsional ditata dalam lingkungan masyarakat.⁴ Para pihak terkait menganggap bahwa hal ini sudah wajar dan telah dilakukan sejak nenek moyang mereka. Sehingga sistem jual beli yang sebenarnya dilarang oleh Islam ini dianggap sudah wajar dan sudah mendarah daging dan melekat pada diri petani durian di Desa Lemahabang.

Variabel kedua yang digunakan peneliti adalah faktor sosial, karena masyarakat berada dalam posisi yang mendukung untuk melakukan transaksi ijon seperti pengaruh dari keluarga, tetangga, teman ataupun rekan kerja. Seseorang akan memutuskan melakukan keputusan pembelian didorong oleh kerabat, keluarga, teman rekan kerja yang karena saran dari mereka, membandingkan dengan orang lain yang pada akhirnya akan membentuk sikap untuk memutuskan jualbeli dengan sistem ijon.

Variabel ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor pribadi. Hal ini terkait dengan keadaan ekonomi dan pekerjaan seseorang. Keadaan ekonomi seseorang yang semakin baik atau dikatakan sebagai orang yang memiliki uang banyak akan mendorong seseorang untuk melakukan pembelian durian dengan sistem ijon. Mereka mempunyai modal yang mencukupi untuk menambah penghasilan mereka melalui bisnis durian. Kemudian seseorang yang pada dasarnya memiliki pekerjaan sebagai penebas durian akan terdorong untuk melakukan keputusan jual beli dengan sistem ijon.

³Taryo Rizkiansah, Dewi Kurniati, dan Imelda, *"Analisis Faktor-Faktor Pribadi Dan Psikologis pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak"* (Pontianak: Sosial Ekonomi Pertanian Jurnal Agribisnis 2018). Hlm. 97-98.

⁴Saliyo, *"Konsep Diri Dalam Budaya Jawa,"* Buletin Psikologi 20, no. 1 (2012): 26-35.

Variabel keempat adalah faktor psikologis, karena seorang akan terdorong oleh motivasi dan persepsi mereka untuk memutuskan jual beli dengan sistem ijon. Mereka termotivasi oleh orang lain yang sukses dalam bisnis jual beli durian yang keuntungannya besar. Hampir semua orang di Desa Lemahabang yang bisnis jual beli durian akan terlihat lebih kaya karena penghasilannya meningkat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh budaya, soisal, pribadi dan psikologis terhadap keputusan jual beli dengan sistem ijon di Desa Lemahabang kecamatan Doro Kabupaten Pekalongan. Penelitian Ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survey dan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data kuesioner. Penelitian dilaksanakan di wilayah Desa Lemahabang Kecamatan Doro kabupaten Pekalongan. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Agustus 2019 sampai bulan Desember 2019. Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani durian yang membeli durian dengan menggunakan sistem ijon atau membeli durian ketika durian masih di pohon dalam kondisi masih berbunga atau masih kecil dan belum matang yang jumlahnya tidak diketahui atau dapat dikatakan tak terhingga. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yakni teknik *sampling insidental*. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 yang di hitung dengan menggunakan rumus lemeshow. Metode pengumpulan data dengan kuesioner yang di sebar secara langsung kepada

responden di lapangan.

Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji normalitas. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji regresi yang digunakan adalah dengan uji regresi linier berganda. Kemudian uji hipotesis yang meliputi uji t, uji f dan uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²).

C. HASIL PENGOLAHAN DATA

Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah item pernyataan dalam kuesioner valid atau tidak. Hasil uji validitas yang telah diolah dengan menggunakan SPSS dapat di lihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Dengan Metode Pearson

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Budaya (X1)	X1.1	0,724	0,195	Valid
	X1.2	0,699	0,195	Valid
	X1.3	0,830	0,195	Valid
	X1.4	0,712	0,195	Valid
	X1.5	0,796	0,195	Valid
Sosial (X2)	X2.1	0,674	0,195	Valid
	X2.2	0,736	0,195	Valid
	X2.3	0,699	0,195	Valid
	X2.4	0,673	0,195	Valid
	X2.5	0,798	0,195	Valid
Pribadi (X3)	X3.1	0,820	0,195	Valid
	X3.2	0,804	0,195	Valid
	X3.3	0,795	0,195	Valid
	X3.4	0,608	0,195	Valid
	X3.5	0,720	0,195	Valid
	X3.6	0,759	0,195	Valid

	X3.7	0,713	0,195	Valid
Psikologis (X4)	X4.1	0,685	0,195	Valid
	X4.2	0,760	0,195	Valid
	X4.3	0,776	0,195	Valid
	X4.4	0,686	0,195	Valid
	X4.5	0,679	0,195	Valid
	X4.6	0,660	0,195	Valid
	X4.7	0,740	0,195	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,755	0,195	Valid
	Y2	0,643	0,195	Valid
	Y3	0,693	0,195	Valid
	Y4	0,697	0,195	Valid
	Y5	0,711	0,195	Valid
	Y6	0,718	0,195	Valid
	Y7	0,563	0,195	Valid
	Y8	0,645	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,195).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Dengan Metode Alpha Cronbach's

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Budaya (X1)	,808	5
Sosial (X2)	,764	5
Pribadi (X3)	,863	7
Psikologis (X4)	,838	7
Keputusan Pembelian (Y)	,831	8

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > r tabel (0,196) maka seluruh instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,70657539
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,054
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,132, artinya bahwa $0,132 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,429	2,047		1,675	,097		
	BUDAYA (X1)	,283	,079	,249	3,597	,001	,758	1,320
	SOSIAL (X2)	,407	,140	,264	2,915	,004	,444	2,254
	PRIBADI (X3)	,252	,081	,250	3,103	,003	,557	1,794
	PSIKOLOGIS (X4)	,290	,112	,246	2,576	,012	,397	2,519

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Sumber: Data pimer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF variabel X1= 1,320, X2= 2,254, X3= 1,794, dan X4= 2,519 yang memiliki arti bahwa nilai VIF semua variabel dibawah 10, maka dinyatakan tidak ada masalahmultikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Hasil uji Heteroskedastisitasdengan uji glejser dan dengan menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,091	1,288		2,399	,018
	BUDAYA (X1)	-,055	,050	-,127	-1,109	,270
	SOSIAL (X2)	-,156	,088	-,265	-1,770	,080
	PRIBADI (X3)	,003	,051	,008	,064	,949
	PSIKOLOGIS (X4)	,102	,071	,228	1,439	,154

a. Dependent Variable: Abs_res

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa seluruh nilai signifikansi

lebih dari 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi digunakan untuk meramalkan hubungan antar variabel. Berdasarkan hasil estimasi uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Estimasi Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,429	2,047		1,675	,097
	BUDAYA (X1)	,283	,079	,249	3,597	,001
	SOSIAL (X2)	,407	,140	,264	2,915	,004
	PRIBADI (X3)	,252	,081	,250	3,103	,003
	PSIKOLOGIS (X4)	,290	,112	,246	2,576	,012

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dituliskan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,429 + 0,283 X1 + 0,407 X2 + 0,252 X3 + 0,290 X4 + e$$

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,429	2,047		1,675	,097
	BUDAYA	,283	,079	,249	3,597	,001

(X1)					
SOSIAL (X2)	,407	,140	,264	2,915	,004
PRIBADI (X3)	,252	,081	,250	3,103	,003
PSIKOLOGIS (X4)	,290	,112	,246	2,576	,012
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)					

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel budaya (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,597, t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikan sebesar 0,001. Hal ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $3,597 > 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel budaya (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- b. Variabel sosial (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,915, t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikan sebesar 0,004. Hal ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $2,915 > 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- c. Variabel pribadi (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,103, t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikan sebesar 0,003. Hal ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $3,103 > 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel pribadi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- d. Variabel psikologis (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 2,576, t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikan sebesar 0,012. Hal ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $2,576 > t \text{ tabel } 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel psikologis (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2. Uji f

Uji f dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua

variabel independen secara simultan dapat mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji f dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1377,361	4	344,340	45,106	.000 ^b
	Residual	725,229	95	7,634		
	Total	2102,590	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
b. Predictors: (Constant), PSIKOLOGIS (X4), BUDAYA (X1), PRIBADI (X3), SOSIAL (X2)						

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas f hitung sebesar 45,106 dengan nilai signifikan 0,000. Dalam penelitian ini jumlah $n=100$, $df=4$, maka nilai f tabel = 2,47. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $45,106 > 2,47$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), dan psikologis (X4) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien detreminasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.641	2,76297
a. Predictors: (Constant), PSIKOLOGIS (X4), BUDAYA (X1), PRIBADI (X3), SOSIAL (X2)				

Sumber: Data pimer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel diatas nilai Adjusted R Square sebesar 0,641 yang menunjukkan bahwa variabel bebas (budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sebesar 64,1% dan sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh variabel budaya terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon

Kebudayaan yang dikemukakan Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa pengambilan keputusan yaitu perlindungan nilai-nilai budaya dan pergeseran nilai-nilai budaya tingkat kedua, Sub-budaya setiap kebudayaan terdiri dari sub-sub budaya.⁵ Kebudayaan menjadi hal dasar manusia dalam menentukan keinginannya sesuai dengan preferensinya.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, variabel budaya memiliki nilai t hitung sebesar 3,597, t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikan sebesar 0,001. Hal ini berarti t hitung > t tabel yaitu $3,597 > 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel budaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian durian dengan sistem ijon. Nilai koefisien variabel budaya sebesar +0,283 yang berarti bahwa variabel budaya memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Faisal Bahari dan Muhamad Ashoer yang menyatakan bahwa budaya berpengaruh terhadap keputusan

⁵Desy Veterinawati, "Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Di Surabaya" (Surabay:Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 3.

pembelian.⁶ Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Friantoro yang menyatakan bahwa budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁷

Hasil penelitian ini mendukung teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa budaya merupakan pergeseran nilai-nilai yang akan mengarah kepada pengambilan keputusan. Semakin tinggi nilai-nilai budaya yang ada disuatu wilayah maka akan semakin tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi nilai-nilai budaya atau kebiasaan yang ada di Desa Lemahabang, maka akan semakin tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon.

2. Pengaruh variabel sosial terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon

Faktor sosial merupakan sebuah interaksi sosial antara individu dengan individu lain atau kelompok dengan kelompok lain yang saling mempengaruhi untuk berperilaku atau melakukan suatu tindakan tertentu dalam suatu masyarakat. Menurut Lamb faktor sosial merupakan sekelompok orang yang secara dekat dan bersama-sama mempertimbangkan persamaan dalam status tertentu atau penghargaan yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal maupun informal.⁸

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel sosial memiliki nilai t hitung sebesar 2,915, t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikan sebesar 0,004. Hal ini berarti t hitung > t tabel yaitu $2,915 > 1,660$,

⁶Andi Faisal Bahari dan Muhamad Ashoer, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata" (Makasar: Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS), Vol.5, No. 1, Januari-Juni 2018) hlm. 69-78.

⁷ Dian Friantoro, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial Dan Pribadi terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit Pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang", Skripsi (Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

⁸ Sujani, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret" Majalah Ekonomi _ ISSN No. 1411-9501 _Vol. XXII No. 2_Desember 2017.

dan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian durian dengan sistem ijon. Nilai koefisien variabel sosial sebesar $+0,407$ yang berarti bahwa variabel sosial memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh St. Rahayu Arini Lestari yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁹

Hasil penelitian ini mendukung teori yang diungkapkan oleh Lamb dalam jurnalnya Sujani yang menyatakan bahwa faktor sosial merupakan sekelompok orang atau individu yang saling berinteraksi secara terus menerus yang akan menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Semakin tinggi interaksi sosial yang dilakukan oleh seseorang maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian khususnya pembelian durian dengan sistem ijon di Desa Lemahabang.

3. Pengaruh variabel pribadi terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon

Kepribadian menurut Ujang Sumarwan merupakan perbedaan karakteristik pada diri manusia yang membedakan satu individu dengan individu yang lainnya.¹⁰ Perbedaan tersebut merupakan ciri khas yang unik bagi masing-masing individu. Faktor pribadi dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, variabel pribadi memiliki nilai t hitung sebesar $3,103$, t tabel sebesar $1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,003$. Hal ini berarti t hitung $>$ t tabel yaitu $3,103 > 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga

⁹ St. Rahayu Arini Lestari, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras di Kota Makasar*", Skripsi (Makasar: Universitas Hasanudin, 2018).

¹⁰ Dian Friantoro, "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial Dan Pribadi terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit Pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang*", Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

variabel pribadi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian durian dengan sistem ijon. Nilai koefisien variabel pribadi sebesar +0,252 yang berarti bahwa variabel pribadi memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maswadi menyatakan bahwa faktor pribadi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.¹¹ Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh St. Rahayu Arini Lestari yang menyatakan bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹²

Hasil penelitian ini mendukung teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa kepribadian akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa kepribadian seseorang akan menentukan keputusan pembelian durian dengan sistem ijon di Desa Lemahabang.

4. Pengaruh variabel psikologis terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon

Psikologis merupakan bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal sekarang dan hidup pada waktu sekarang yang akan mempengaruhi pemikiran, sikap dan tindakan serta perilaku secara psikologis. Menurut Lamb, faktor psikologis merupakan cara yang digunakan seseorang dalam mengenali perasaan, pemikiran, persepsi dan nalar dalam mengumpulkan informasi yang mendorong untuk menganalisis informasi, merumuskan pemikiran dalam pengambilan suatu sikap atau tindakan tertentu.¹³

¹¹ Maswadi, "Kajian Faktor Kepribadian Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Organik di Supermarket Kota Pontianak" (Pontianak: Volume 8, Nomor 1, Februari 2013)

¹² St. Rahayu Arini Lestari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras di Kota Makasar", Skripsi (Makasar: Universitas Hasanudin, 2018).

¹³ Sujani, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret," Majalah Ekonomi, Vol. XXII No. 2, Desember 2017.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel psikologis memiliki nilai t hitung sebesar 2,576, t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikan sebesar 0,012. Hal ini berarti t hitung $>$ t tabel yaitu $2,576 > 1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel psikologis berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian durian dengan sistem ijon. Nilai koefisien variabel psikologis sebesar +0,290 yang berarti bahwa variabel psikologis memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taryo Rizkiansah, Dewi Kurniati, dan Imelda yang menyatakan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁴

Hasil penelitian ini mendukung teori yang diungkapkan oleh Lamb bahwa psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan, pemikiran, persepsi dan nalar dalam mencari informasi yang mengarah kepada tindakan pengambilan keputusan. Hal ini berarti bahwa psikologis seseorang akan mempengaruhi keputusan pembelian durian dengan sistem ijon di Desa Lemahabang. Hal ini di dorong dari motivasi dan persepsi seseorang untuk memperoleh keuntungan yang besar dari hasil pembelian durian dengan sistem ijon.

5. Pengaruh variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon

Berdasarkan hasil analisis, nilai f hitung sebesar 45,106 dengan nilai signifikan 0,000. Dalam penelitian ini jumlah $n=100$, $df=4$, maka nilai f tabel= 2,47. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $45,106 > 2,47$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan

¹⁴ Taryo Rizkiansah, Dewi Kurniati, dan Imelda, "Analisis Faktor-Faktor Pribadi Dan Psikologis pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak" (Pontianak: Sosial Ekonomi Pertanian Jurnal Agribisnis 2018).

psikologis (X4) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian durian dengan sistem ijon.

Menurut Siangan, mendefinisikan pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakekat suatu permasalahan, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi individu atau kelompok dalam pengambilan tindakan yang paling tepat berdasarkan pikiran individu atau kelompok tersebut.¹⁵ Maka faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian durian dengan sistem ijon memiliki peran penting bagi individu dalam proses transaksi jual beli khususnya jual beli durian yang menggunakan sistem ijon.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon yang memiliki nilai t hitung $3,597 > t$ tabel sebesar $1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Nilai koefisien variabel budaya sebesar $+0,283$, maka terjadi hubungan positif antara variabel budaya dengan keputusan pembelian; secara parsial faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon yang memiliki nilai t hitung $2,915 > t$ tabel sebesar $1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Nilai koefisien variabel sosial sebesar $+0,407$, maka terjadi hubungan positif antara variabel sosial dengan keputusan pembelian; secara parsial faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon yang memiliki nilai t hitung $3,103 > t$ tabel $1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Nilai koefisien variabel pribadi sebesar $+0,252$, maka terjadi hubungan positif antara variabel pribadi dengan keputusan

¹⁵ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm.5.

pembelian; secara parsial faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian durian dengan sistem ijon yang memiliki nilai t hitung $2,576 > t$ tabel sebesar $1,660$, dan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$. Nilai koefisien variabel psikologis sebesar $+0,290$, maka terjadi hubungan positif antara variabel psikologis dengan keputusan pembelian; dan secara simultan budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar $45,106 > f$ tabel sebesar $2,47$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Madjid, Misra. *"Praktek Jual Beli Gharar Dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Desa Kayumoyondi Kecamatan Kotabunan,"* n.d., 1-17.
- Maswadi. 2013. *"Kajian Faktor Kepribadian Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Organik di Supermarket Kota Pontianak"* Pontianak: Volume 8, Nomor 1.
- Rahayu, St. Arini Lestari. 2018. *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras di Kota Makasar"*, Skripsi. Universitas Hasanudin.
- Riskiansah, Taryo, Dewi Kurniati, dan Imelda. 2018. *"Analisis Faktor-Faktor Pribadi Dan Psikologis pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak"* Pontianak: *Sosial Ekonomi Pertanian Jurnal Agribisnis*.
- Saliyo. 2012. *"Konsep Diri Dalam Budaya Jawa."* *Buletin Psikologi* 20, no. 1.
- Sujani. 2017. *"Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret."* *Majalah Ekonomi* _ ISSN No. 1411-9501 _ Vol. XXII No. 2.
- Sunarto. 2018. *"Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S."* *Jurnal Moneter* Vol. V No. 1 p-ISSN 2355-2700 e-ISSN 2550-0139.
- Syamsi, Ibnu. 2000. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara).