

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pinang dipasar boking TTS, hal dibuktikan dengan nilai koeficient yang positif yaitu sebesar 0,084, dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,007 > 0,05$), dengan nilai *R Square* sebesar 0,306.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pinang dipasar boking TTS. Hal ini dibuktikan dengan nilai koeficient yang positif sebesar 0,317, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,007 < 0,05$). Dengan nilai *R Square* sebesar 0,394 dengan *persentase* 39,4% sisanya 60,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pinang dipasar boking TTS. Hal ini dibuktikan dengan nilai koeficient yang positif sebesar 0,112, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,000 < 0,05$). Dengan nilai *R Square* sebesar 0,615 dengan *persentase* 61,5% sisanya 38,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4. Suasana pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pinang dipasar boking TTS. Hal ini dibuktikan dengan nilai koeficient yang positif sebesar 0,259, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,040 < 0,05$). Dengan nilai *R Square* sebesar 0,457 dengan *persentase* 45,7% sisanya 54,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
5. Persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana pasar secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pinang dipasar boking TTS. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ($0,000 < 0,05$). Dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,419 dengan *persentase* 41,9% sisanya 58,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($7,879 > 2,732$).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas maka penulis membangun beberapa saran yang kiranya dapat membantu para penjual pinang, sebagai berikut:

1. Tetap menjaga harga dipasaran, agar mampu bersaing dengan pasar-pasar yang ada disekitar, tanpa mengurangi rasa dan kualitas dari buah pinang tersebut, dengan tujuan untuk menjaga para konsumen agar tidak berpindah ke produsen lain.
2. Menjaga kualitas produk dari pinang tersebut, agar para konsumen bisa merasa puas dan senang ketika membeli pinang dari pasar boking, kualitas

produk merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempertahankan pelanggan.

3. Menerapkan pola 3 S (senyum, sapa dan salam), dengan menerapkan pola 3 S, dapat memberikan kesan yang baik kepada para konsumen agar konsumen nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.
4. Kepada pemerintah dan para penjual yang ada di pasar boking TTS, diharapkan terus menjaga dan menciptakan situasi yang aman dan nyaman di lokasi pasar, agar para konsumen merasa aman ketika berbelanja dipasar boking, TTS.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Dwinanto, Rini S. Soemarwoto, Miranda Risang Ayu Palar. 2019. Budaya Sirih Pinang Dan Peluang Pelestariannya Di Sumba Barat, Indonesia* Sirih Pinang Culture And Opportunities Of Its Preservation In West Sumba, Indonesia. Patanjala Vol. 11 No. 3 September.
- Felicia Liswandani, Supriyono dan Zumrotul Fitriyah (2022). Pengaruh Lokasi dan word of mounth terhadap keputusan pembelian pada dolan kopi surabaya. Surabaya. SEIKO : Journal of management & business, 5(2).
- Fillah, M.,M. 2020. Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedaiqu Istana Fruits Juice Rembang.[*Skripsi*].Malang: Fakultas Ekonomi. Program Serjana.
- Florenza Cindy, Errie Margery, Seri. Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas pelayanan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di PT. Pelayaran papua mitra samudra medan. Medan. PURIBERSAMA: Jurnal Publikasi riset bersama dosen dan mahasiswa. Vol.2.No.2. e-ISSN 828-4518. P-ISSN 2828-3694.
- Fuad Nazar Hakim , Saino. 2021. Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi suroboyo bus.*FORUM EKONOMI*, 23 (2), 214.
- Henderikus Nayuf. 2022. Tradisi Makan Sirih Pinang Sebagai Model Moderasi Beragama Berbasis Kearifan Lokal Di Kelurahan Niki-Niki, Kabupaten Timor Tengah Selatan – Ntt (The Tradition Of Betel-Areca Nut As A Model Of Religious Moderation Based On Local Wisdom In Niki-Niki Village, Timor Tengah Selatan – Ntt). *JURNAL HARMONI*.ISSN:1412-663X, e-ISSN:2502-8472
- Hijriani. 2022. Konsep Dasar Manajemen Pemasarankonsep Dasar Manajemen Pemasaran. Makalah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UIN ALAUDDIN MAKASSAR. Hal. 7.
- Hsiao, C.-N., Ko, C.E., Shieh, T.Y., & Hong-Sen, C. 2015. Relationship between areca nut chewing and periodontal status of people in a typical aboriginal community in Southern Taiwan. *Journal of Dental Sciences*, 10, 300-308.
- <https://www.kompasiana.com/leksisalukh/5976dae4da1e4a35384b0262/sirih-pinang-simbol-penghargaan>
- Kotler dan Amstrong. 2001. Manajemen Pemasaran. Edisi II. Jakarta
- Nale, N.,M. Sipyang, P.,B. Nubatonis, A dan Seuk, J. 2022. Preferensi Konsumsi Pinang Kering di Kecamatan Biboki Selatan Kabupaten Timor Tengah Utara, Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari, 10 (2): 2274-1982

- Nanang Tasunar. 2006. "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Merodemak". *Jurnal Sains Pemasaran Indosnesia*, 5 (1) : 41 – 62.
- Nayuf, H. 2022. Tradisi Makan Sirih Pinang Sebagai Model Moderasi Beragam Berbasis Kearifan Lokal di Kelurahan Niki-Niki, Kabupaten Timor Tengah Selatan – NTT. *Jurnal Harmoni*, 21 (2) : 167-168.
- Nurmadina. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online. Makassar. [Skripsi]. Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis IslamUIN Alauddin Makassar, Program Serjana.
- Oktavia, Riska. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian".*Jurnal Manajemen*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2012.
- Palar, A.,R, M. Soemarwoto, R dan Dwinanti, A. 2019. Budaya Sirih Pinang Dan Peluang Pelestariannya di Sumba Barat, Indonesia. [Tesis], 11 (3): 363-379.
- Perdana, P.,S. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel AA Di Kecamatan Rambatan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. [Skripsi]. Pekanbaru: Fakultas Syari'ah Dan Hukum, Program Serjana.
- Purwono, J., Baga, M.,L dan Firmada, N. 2022. Analisis Pemasaran Pinang di Kabupaten Biireuen, Provinsi Aceh. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10 (1): 126-141
- Raharjani, J. 2005. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja. *Jurnal studi Manajemen*, 2, (1):50-66
- Sofjan, Assuari. 2001. Manajemen pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi. Rajawali Pres. Jakarta.
- Sofjan, Assuari. 2002. Manajemen pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi. Rajawali Pres. Jakarta.
- Sri Suratno F.G. dan Nursya' Bani Purnama. 2004. "Analisis Tingkat Kepuasan Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung, 2014
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy. Srategi Pemasaran edisi ke III. Andi, Yogyakarta, 2000
- Toetek.,K dan Murti., D, B. 2019. Konsumsi Sirih Pinang Dan Patologi Gigi Pada Masyarakat Prasejarah Lewoleba Dan Liang Bua, Di Nusa Tenggara Timur, Indonesia. *Jurnal Berkala Arkeologi*, 39 (2): 121-138
- Wei, P., G. 2015. Areca catechu L.(Arecaceae): a review of its traditional uses, botany, phytochemistry, pharmacology and toxicology. *Journal of Ethnopharmacology*, 164, 340-356.

- WHO. 2012. Review of Areca (Betel) Nut and Tobacco use in the Pacific: a technical report.
- Wulandari., F. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja Di Aceh Barat Daya. [*Skripsi*].Banda Aceh: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Serjana.
- Zumbroich, T.J. (2008). The origin and diffusion of betel chewing: a synthesis of evidence from South Asia, Southeast Asia and beyond. *eJournal of Indian Medicine*, 1, (5): 87-140.
- Zumbroich, T.J. 2007. The origin and diffusion of betel chewing: a synthesis of evidence from South Asia, Southeast Asia and beyond. *eJournal of Indian Medicine*, 1 (5), 87-140.

LAMPIRAN I

DAFTAR KUISIONER WAWANCARA

A. Identitas Responden

Isilah identitas saudara-saudara dibawah ini :

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Pernyataan dalam kuisisioner ini semata-mata untuk data penelitian dalam penyusunan skripsi pada program Sarjan Ekonomi Universitas Timor (UNIMOR) dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PINANG DI PASAR BOKING KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN”**.

Untuk mengetahui seberapa besar faktor- faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan Suasana Pasar (X_4), terhadap Keputusan Pembelian (Y), maka sangat dibutuhkan pendapat dari responden untuk melengkapi penelitian ini. Penulis mengharapkan kesediaan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi daftar kuisisioner ini dan informasi yang diberikan sangat berarti bagi penelitian ini.

C. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan dengan jujur dan benar
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum memulai dengan jawabannya
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda check (\checkmark) pada jawaban yang dianggap paling benar.
 1. Sangat Setuju (**SS**) : 5
 2. Setuju (**S**) : 4
 3. Kurang setuju (**KS**) : 3
 4. Tidak Setuju (**TS**) : 2
 5. Sangat Tidak Setuju (**STS**) : 1

D. DAFTAR PERTANYAAN

1. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Keputusan pembelian pinang di pasar Boking TTS sangat meyakinkan.					
2	Saya mencari informasi tentang pinang yang dijual di pasar Boking TTS.					
3	Saya merencanakan untuk membeli pinang di pasar Boking TTS setelah mengetahui beberapa alternative harga.					
4	Saya memutuskan untuk membeli pinang di pasar Boking TTS sesuai keinginan.					

2. PERSEPSI HARGA (X₁)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Harga pinang di pasar Boking TTS sangat terjangkau.					
2	Harga pinang di pasar Boking TTS mempunyai daya saing.					
3	Harga pinang di pasar Boking TTS sesuai dengan kualitas produk.					
4	Harga pinang di pasar sesuai dengan manfaat produk.					

3. KUALITAS PRODUK (X₂)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Kualitas produk pinang di pasar Boking TTS mempunyai kinerja yang baik.					
2	Kualitas produk pinang di pasar Boking TTS dapat menarik keistimewaan tambahan konsumen.					

3	Kualitas produk pinang dapat menjamin kehandalan konsumen.					
4	Dijamin bersih dan mempunyai daya tahan.					

4. KUALITAS PELAYANAN (X₃)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Penjual pinang di pasar Boking TTS selalu memenuhi pelayanan konsumen dengan sopan.					
2	Penjual pinang selalu memberikan penjelasan atau informasi atas kesulitan konsumen secara baik, jelas, cepat dan tepat.					
3	Penjual pinang di pasar Boking TTS selalu melayani tepat waktu.					
4	Penjual pinang melayani dengan sopan, sesuai kebutuhan dan mengedepankan kepentingan konsumen.					

5. SUASANA PASAR (X₄)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Adanya music sehingga membuat saya rasa nyaman ketika membeli pinang di pasar Boking TTS.					
2	Pajangan pinang di pasar Boking TTS tertata dengan rapi sehingga membuat saya tertarik untuk membeli.					
3	Suasana di pasar Boking TTS membuat saya merasa nyaman sehingga saya tertarik untuk membeli pinang.					
4	Jarak tempat penjual satu dengan penjual lainnya cukup jauh untuk mendukung kelancaran konsumen saat membeli pinang					

LAMPIRAN II

1. UJI VALIDITAS

Variabel	Butir Pearson Corelation I	Corrected Item- Total Correlation	Status
X ₁ (persepsi harga)	X _{1.1}	0,553	Valid
	X _{1.2}	0,667	Valid
	X _{1.3}	0,408	Valid
X ₂ (kualitas produk)	X _{2.1}	0,793	Valid
	X _{2.2}	0,649	Valid
	X _{2.3}	0,731	Valid
X ₃ (kualitas pelayanan)	X _{3.1}	0,725	Valid
	X _{3.2}	0,787	Valid
	X _{3.3}	0,774	Valid
X ₄ (suasana pasar)	X _{4.1}	0,616	Valid
	X _{4.2}	0,712	Valid
	X _{4.3}	0,621	Valid
Y (minat konsumen)	Y _{1.1}	0,784	Valid
	Y _{1.2}	0,745	Valid
	Y _{1.3}	0,818	Valid

2. UJI REALIBILITAS

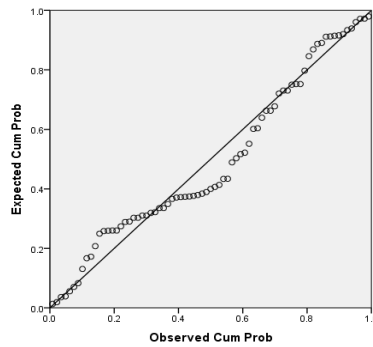
Dimensi	Koefisien Alpha	Status
X ₁ (persepsi harga)	0,606	Reliabel diterima
X ₂ (kualitas produk)	0,652	Reliabel diterima
X ₃ (kualitas pelayanan)	0,640	Reliabel diterima
X ₄ (suasana pasar)	0,718	Reliabel diterima
Y (keputusan pembelian)	0,647	Reliabel diterima

LAMPIRAN III ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Tabel 4.6

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17057365
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.097
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.124 ^c



2. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.836	2.803		2.796	.000		
	persepsi harga	.007	.118	1.007	4.060	.003	.960	1.042
	kualitas produk	.280	.117	2.271	2.386	.020	.949	1.054
	kualitas pelayanan	.105	.108	4.108	5.970	.005	.991	1.009
	suasana pasar	.206	.123	6.189	1.680	.007	.964	1.037

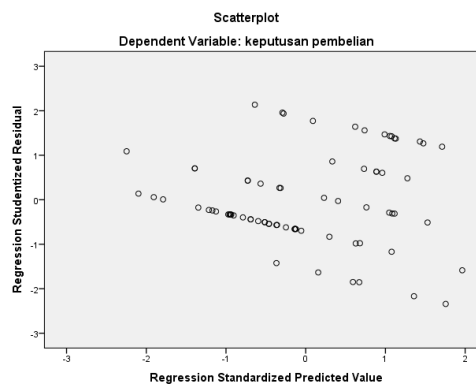
3. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	.376 ^a	.341	.492	1.20355	1.304
---	-------------------	------	------	---------	-------

4. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.622	1.368		-1.917	.059
	persepsi harga	-.032	.058	-.057	-.564	.575
	kualitas produk	.086	.057	.152	1.504	.137
	kualitas pelayanan	-.076	.053	-.142	-1.439	.155
	suasana pasar	.302	.060	.505	5.030	.310



5. Uji Linearitas

a. (X_1) terhadap (Y).

ANOVA

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan pembelian * persepsi harga	Between Groups	(Combined)	5.897	4	1.474	.920	.457
		Linearity	.755	1	.755	.471	.005
		Deviation from Linearity	5.142	3	1.714	1.069	.368
	Within Groups		112.183	70	1.603		
	Total		118.080	74			

b. (X₂) terhadap (Y).

			ANOVA				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan pembelian * kualitas produk	Between Groups	(Combined)	21.149	5	4.230	3.011	.016
		Linearity	11.139	1	11.139	7.929	.006
		Deviation from Linearity	10.010	4	2.503	1.781	.142
	Within Groups		96.931	69	1.405		
Total			118.080	74			

c. (X₃) terhadap (Y).

			ANOVA				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan pembelian * kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	4.213	5	.843	.511	.767
		Linearity	1.549	1	1.549	.939	.006
		Deviation from Linearity	2.664	4	.666	.404	.805
	Within Groups		113.867	69	1.650		
Total			118.080	74			

d. (X₄) terhadap (Y).

			ANOVA				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan pembelian * suasana pasar	Between Groups	(Combined)	15.839	5	3.168	2.138	.071
		Linearity	6.677	1	6.677	4.506	.037
		Deviation from Linearity	9.162	4	2.290	1.546	.199
	Within Groups		102.241	69	1.482		
Total			118.080	74			

LAMPIRAN IV
REGRESI LINEAR SEDERHANA

1. (X₁) terhadap (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.480 ^a	.306	.507	1.26775	1.244

a. Predictors: (Constant), persepsi harga

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)		11.733	1.622		7.233	.000
persepsi harga		3.084	4.122	7.080	5.686	.007

2. (X₂) terhadap (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.307 ^a	.394	.482	1.21035	1.312

a. Predictors: (Constant), kualitas produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.717	1.502		5.805	.000
	kualitas produk	.317	.115	.307	2.757	.007

a. Dependent Variable: keputusan pembeln

3. (X₃) terhadap (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.615 ^a	.613	.600	1.26345	1.295

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.302	1.491		9.594	.000
	kualitas pelayanan	.112	.113	3.115	6.985	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

4. (X₄) terhadap (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.238 ^a	.457	.644	1.23534	1.262

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.519	1.594		5.971	.000
	suasana pasar	.09	.124	.238	2.092	.040

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

LAMPIRAN V REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.376 ^a	.341	.492	1.20355	1.304

a. Predictors: (Constant), suasana pasar, kualitas pelayanan, persepsi harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.682	4	4.171	7.879	.000 ^b
	Residual	101.398	70	1.449		
	Total	118.080	74			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), suasana pasar, kualitas pelayanan, persepsi harga, kualitas produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.836	2.803		2.796	.000		
persepsi harga	.007	.118	1.007	4.060	.003	.960	1.042
kualitas produk	.280	.117	2.271	2.386	.020	.949	1.054
kualitas pelayanan	.105	.108	4.108	5.970	.005	.991	1.009
suasana pasar	.206	.123	6.189	1.680	.007	.964	1.037

a. Dependent Variable: keputusan pembelian