

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
HEWAN TERNAK KAMBING JAWARANDU DI PASAR WAGE, KECAMATAN
BUMIAYU, KABUPATEN BREBES**

*The Influence of Consumer Behavior in Purchasing
Jawarandu Goats in Wage Market, Bumiayu Sub-District, Brebes District*

Irfan Safii¹, Khusnul Khatimah^{2*}, Intan Kirana³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Peradaban
Jl. Raya Pagojengan KM. 3 Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes 52276

*Sur-el: kusnulkhat@gmail.com

ABSTRAK

Pasar Wage Bumiayu merupakan sentra pasar hewan terbesar di Kabupaten Brebes yang menjual hewan ternak termasuk kambing Jawarandu. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi beberapa faktor, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu, Brebes baik secara simultan maupun parsial. Responden dalam penelitian ini sebanyak 32 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu. Faktor budaya, sosial, dan psikologis secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

Kata kunci: Kambing Jawarandu, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Pasar Wage Bumiayu is the largest animal market center in Brebes Regency that sells livestock including Jawarandu goats. Consumer behavior can be influenced by several factors, namely cultural, social, personal, and psychological factors. This study aimed to determine the effect of cultural, social, personal, and psychological factors on purchasing decisions for Jawarandu goats at Pasar Wage Bumiayu, Brebes both simultaneously and partially. Respondents in this study were 32 people. The sampling technique used was accidental sampling technique. The research method used was quantitative method. The analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this study were cultural, social, personal, and psychological factors simultaneously influenced the decision to purchase Jawarandu goats at Pasar Wage Bumiayu. Cultural, social, and psychological factors partially affected purchasing decisions while personal factors had no effect on purchasing decisions for Jawarandu goats at Pasar Wage Bumiayu.

Keywords: Jawarandu goats, Consumer Behavior, Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut. Subsektor peternakan mempunyai peranan penting sebagai sumber pertumbuhan, bagi sektor pertanian khususnya dan perekonomian Indonesia pada umumnya (Nuraningsih dan Muis, 2021). Kambing Jawarandu merupakan hasil persilangan antara kambing kacang dengan kambing peranakan

etawah, sehingga genotip kambing Etawahnya relatif rendah dan genotip kambing Kacangnya relatif tinggi (lebih dari 50%) (Purbowati *et al.*, 2015). Kambing Jawarandu merupakan hewan yang banyak dipelihara oleh masyarakat di Kabupaten Brebes. Mayoritas peternak kambing yang ada di Kabupaten Brebes adalah peternak kambing jenis Jawarandu. Jumlah populasi yang didata oleh BPS Kabupaten Brebes tahun 2020 yaitu sebanyak 176.762 ekor.

Pasar Wage Bumiayu merupakan sentra pasar hewan terbesar di Kabupaten Brebes yang

terletak di Desa Jatisawit, Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes. Pasar Wage buka setiap 5 hari sekali berdasarkan kalender Jawa yaitu hari Wage (Sulistiyawati, 2019). Penjual kambing perlu memahami selera konsumen agar mengetahui karakteristik dari perilaku konsumen.

Perilaku konsumen atau *consumer behavior* adalah studi tentang seseorang dengan bagaimana memilih dan menggunakan produk. Adapun faktor-faktor perilaku konsumen menurut Kotler *et al.* (2016) terdiri dari: a) Faktor Budaya, b) Faktor Sosial, c) Faktor Pribadi, d) Faktor Psikologis.

Kotler *et al.* (2016) menyatakan bahwa budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk memperoleh nilai, persepsi, preferensi dan perilaku konsumen. Faktor sosial meliputi pengaruh keluarga, kelompok, maupun peran dan status dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan mengajak seseorang untuk mengikuti keinginan suatu kelompok (Handoko, 2013).

Hakimi *et al.* (2015) menyatakan bahwa faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian konsumen dimana faktornya meliputi umur, profesi, dan keadaan ekonomi. Faktor psikologis mendorong seseorang untuk memantapkan dirinya untuk mengambil keputusan dalam pembelian sebuah produk. Jika sudah dirasa yakin maka seorang konsumen akan membeli sebuah produk tersebut dan akan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap keputusannya (Suprayitno *et al.*, 2015).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini perlu dilakukan guna membantu penjual dalam menerapkan strategi perilaku konsumen dan pembeli tepat dalam menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen baik secara simultan maupun parsial. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi penjual maupun konsumen kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan regresi linier

berganda yang diolah menggunakan perhitungan statistik kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Pasar Wage Bumiayu, Kabupaten Brebes. Lokasi tersebut dipilih dengan metode *purposive sampling* (sengaja). Menurut Sugiyono (2013), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dari data tersebut peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terhadap konsumen kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu terhitung mulai bulan Juni sampai Juli 2023.

Batasan penelitian ini bertujuan untuk membatasi penelitian yang disebabkan masalah yang terlalu luas atau lebar yang dapat mengakibatkan penelitian itu tidak bisa fokus. Oleh karena itu, batasan diperlukan supaya penelitian bisa memberikan hasil yang tepat. Penelitian ini memiliki beberapa batasan masalah, yaitu konsumen yang membeli kambing Jawarandu untuk keperluan pribadi bukan untuk dijual kembali dan pengambilan data primer penelitian dilakukan pada bulan Juli 2023 di mana terdapat 4 kali Wage dalam satu bulan.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan melakukan distribusi kuesioner yang berisikan pernyataan seputar faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian kambing Jawarandu dengan pemberian skor tiap butir pertanyaan. Responden pada penelitian ini adalah konsumen kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu. Teknik pengambilan sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2013). Penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 32 responden.

Adapun langkah-langkah untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis baik secara simultan maupun parsial. Langkah-langkah tersebut berupa beberapa pengujian yaitu:

1. Uji Variabel Penelitian

Uji variabel penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas yaitu sebuah pengujian yang bertujuan untuk mengukur

kuesioner apakah valid untuk digunakan (Ghozali, 2009). Kuesioner dianggap valid jika seluruh pernyataan (r_{hitung}) > dari r_{tabel} . Uji reliabilitas yaitu sebuah pengujian pada kuesioner yang bertujuan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten (Sugiyono, 2013). Kuesioner dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas yaitu sebuah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen atau variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak normal. Apabila variabel tidak terdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan *P-P Plot*.

Uji multikolinieritas yaitu sebuah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai *VIF* kurang dari sama dengan 10, maka tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,05, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas yaitu sebuah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residual. Jika grafik plot menunjukkan suatu pola titik seperti titik yang bergelombang atau melebar kemudian menyempit, maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Jika grafik plot tidak membentuk pola yang jelas, maka terjadi homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *glejser* dan *scatterplot*.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian kambing Jawarandu.

4. Uji Hipotesis

a. Uji simultan (F)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $F_{hitung} \geq$ nilai F_{tabel} , maka berarti variabel bebas secara bersama sama memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009).

b. Uji parsial (t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara variabel mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009).

c. Uji koefisien korelasi (R)

Uji koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan dependen (Ghozali, 2009).

d. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen dengan dependen (Ghozali, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Variabel Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Faktor Budaya (X_1)	X1.1	0,398	0,349	Valid
	X1.2	0,583	0,349	Valid
	X1.3	0,728	0,349	Valid
	X1.4	0,748	0,349	Valid
	X1.5	0,745	0,349	Valid
Faktor Sosial (X_2)	X2.1	0,845	0,349	Valid
	X2.2	0,880	0,349	Valid
	X2.3	0,851	0,349	Valid
	X2.4	0,832	0,349	Valid
	X2.5	0,864	0,349	Valid
Faktor Pribadi (X_3)	X3.1	0,711	0,349	Valid
	X3.2	0,760	0,349	Valid
	X3.3	0,760	0,349	Valid
	X3.4	0,480	0,349	Valid
	X3.5	0,511	0,349	Valid
Faktor Psikologis (X_4)	X4.1	0,567	0,349	Valid
	X4.2	0,667	0,349	Valid
	X4.3	0,600	0,349	Valid
	X4.4	0,691	0,349	Valid
	X4.5	0,725	0,349	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,413	0,349	Valid
	Y.2	0,703	0,349	Valid
	Y.3	0,608	0,349	Valid
	Y.4	0,491	0,349	Valid
	Y.5	0,433	0,349	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa masing – masing variabel independen meliputi faktor budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3) faktor psikologis (X_4), serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} (0,349). Hal ini berarti seluruh butir pernyataan dalam instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Budaya (X_1)	0,665	Reliabel
Sosial (X_2)	0,902	Reliabel
Pribadi (X_3)	0,650	Reliabel
Psikologis (X_4)	0,649	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,686	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen meliputi faktor budaya (X₁), sosial (X₂), pribadi (X₃) faktor psikologis (X₄), serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini mempunyai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6 sehingga dapat dikatakan semua variabel dari kuesioner adalah reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *P P Plot*. Berikut adalah hasil dari uji *Kolmogorov-Smirnov* selengkapnya tersaji dalam Tabel 3 dan Gambar 1 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Teknik *Kolmogorov-Smirnov*

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		32
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	,81569140
	<i>Most Extreme Differences</i>	
	<i>Absolute</i>	,144
	<i>Positive</i>	,073
	<i>Negative</i>	-,144
<i>Test Statistic</i>		,144
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,090 ^c

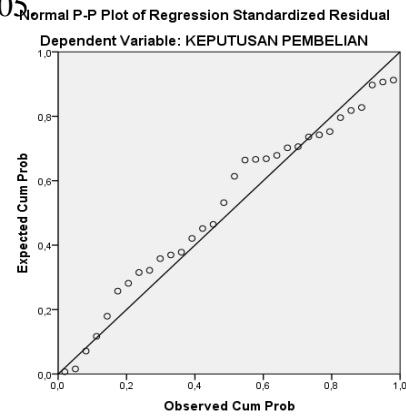
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa data n (jumlah responden) sebanyak 32 didapatkan nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,090, sehingga data yang ada pada penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dikarenakan nilai sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai *alpha* 0,05.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Teknik *P-P Plot*
Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 1, dapat dijelaskan bahwa grafik *p p plot* semua data terdistribusi normal, karena data menyebar mengikuti garis diagonal. Sehingga model regresi memenuhi syarat uji asumsi klasik.

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini selengkapnya tersaji dalam Tabel 4. Variabel independen pada data tersebut menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,100 dan tidak ada variabel yang memiliki nilai *VIF* lebih besar dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients^a</i>			
		<i>Collinearity Statistics</i>	
<i>Model</i>		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	BUDAYA	,622	1,608
	SOSIAL	,601	1,664
	PRIBADI	,929	1,076
	PSIKOLOGI	,946	1,057

a. *Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN*

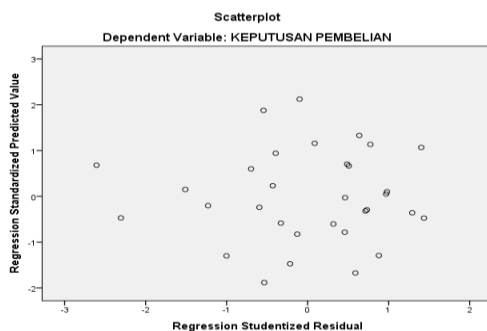
Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas dengan teknik *Glejser* pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih dari tingkat kepercayaan 0,05. Artinya, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^a</i>						
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
<i>Model</i>		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	(Constant)	1,175	2,137		,550	,587
	BUDAYA	-,003	,054	-,011	-,047	,963
	SOSIAL	,006	,038	,041	,170	,866
	PRIBADI	-,038	,041	-,182	-,928	,362
	PSIKOLOGI	,009	,052	,034	,173	,864

a. *Dependent Variabel: ABS_RES*



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Teknik *Scatterplot*

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Gambar 2, dapat dijelaskan bahwa grafik *Scatterplot* semua

data menyebar dan tidak membentuk sebuah pola yang menyebabkan data tersebut menjadi homoskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi syarat uji asumsi klasik.

3. Uji hipotesis

a. Uji simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Hasil Uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	55,575	4	13,894	18,187	,000 ^b
	Residual	20,626	27	,764		
	Total	76,201	31			

a. *Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN*

b. *Predictors: (Constant), BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGI*

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 6 menunjukkan bahwa hasil pengujian secara simultan diperoleh F_{hitung} sebesar 18,187, sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikansi α yaitu 5 % (0,05) adalah sebesar 2,728. Hal ini berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari α (0,05). Oleh karena itu, hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa H_0 ditolak dan H_a **diterima**. Artinya, bahwa variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage.

Berdasarkan hasil observasi, konsumen di Pasar Wage Bumiayu sebagai makhluk sosial yang kompleks dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam lingkungan dan kepribadian mereka,

sehingga dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian kambing Jawarandu. Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama – sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu dikarenakan seluruh faktor tersebut mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sesuai dengan penelitian Putri *et al.* (2021) yang menghasilkan kesimpulan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi di kota Padang.

b. Uji parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara masing-masing dengan variabel dependen. Berikut adalah hasil uji parsial dalam penelitian ini selengkapnya tersaji dalam Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil uji parsial (t)

Coefficients ^a						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	-7,336	3,637		-2,017	,054
	BUDAYA	,750	,091	1,044	8,225	,000
	SOSIAL	,273	,064	,550	4,262	,000
	PRIBADI	,113	,070	,168	1,621	,117
	PSIKOLOGI	,187	,089	,215	2,091	,046

a. *Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN*

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7, dapat diketahui bahwa hasil uji parsial (t) diperoleh sebagai berikut:

1. Faktor budaya

Nilai t_{hitung} antara X_1 (budaya) dengan Y (keputusan pembelian kambing Jawarandu) menunjukkan nilai sebesar 8,225. Sedangkan t_{tabel} ($alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,042. Sehingga dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,225 > 2,042$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa, secara parsial H_0 ditolak dan **H_a diterima**, artinya faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

Variabel faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena konsumen budaya yang mempengaruhi preferensi dan pandangan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu. Variabel faktor budaya memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel faktor budaya terhadap keputusan pembelian. Indikator tersebut diantaranya adalah budaya masyarakat, kondisi geografis, dan kelas sosial.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan Mita *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa faktor budaya dapat berpengaruh pada keputusan pembelian kopi di Kedai Pica di kota Denpasar, Bali.

2. Faktor sosial

Nilai t_{hitung} antara X_2 (sosial) dengan Y (keputusan pembelian kambing Jawarandu) menunjukkan nilai sebesar 4,262. Sedangkan t_{tabel} ($alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,042. Sehingga dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,262 > 2,042$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa, secara parsial H_0 ditolak dan **H_a diterima**, artinya faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

Variabel faktor sosial berpengaruh pada keputusan pembelian kambing Jawarandu karena interaksi sosial yang terdapat pada konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keluarga, kerabat, dan kelompok sosial lainnya memberikan pengaruh kepada orang lain untuk merekomendasikan kambing Jawarandu karena mempunyai nilai bisnis yang menguntungkan.

Penelitian ini sesuai dengan Umadji (2019) dengan hasil penelitian faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian roti milik perusahaan *Bread Factory* di Manado.

3. Faktor pribadi

Nilai t_{hitung} antara X_3 (pribadi) dengan Y (keputusan pembelian kambing Jawarandu) menunjukkan nilai sebesar 1,621. Sedangkan t_{tabel} ($alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,042. Sehingga dapat dilihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,621 < 2,042$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,000 yang artinya $0,117 > 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa, secara parsial **H_0 diterima** dan H_0 ditolak, artinya faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

Variabel faktor pribadi yang mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan pada konsumen Pasar Wage Bumiayu ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena aspek – aspek tersebut dinilai tidak sesuai dengan kemampuan seseorang untuk membeli atau memelihara kambing Jawarandu. Variabel faktor pribadi memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. Indikator tersebut diantaranya adalah usia,

pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyo *et al.* (2022) dimana faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian daging beku di outlet *Best Meat* Kabupaten Jember.

4. Faktor psikologis

Nilai t_{hitung} antara X_2 (psikologis) dengan Y (keputusan pembelian kambing Jawarandu) menunjukkan nilai sebesar 2,091. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$) adalah sebesar 2,091. Sehingga dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,091 > 2,042$. Serta nilai sig. 5% (0,05) yaitu 0,000 yang artinya $0,046 < 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa, secara parsial H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

Proses pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor psikologis individu seperti persepsi, motivasi, sikap, dan kepribadian. Variabel faktor psikologis memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel faktor psikologis terhadap keputusan pembelian. Indikator tersebut diantaranya adalah motivasi, persepsi, pengetahuan, dan keyakinan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Nafali dan Soepeno (2016) dimana faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada makanan mie instan merek Indomie di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado.

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui persamaan nilai koefisien dari regresi sebagai berikut.

$$Y = -7,336 + 0,750X_1 + 0,273X_2 + 0,113X_3 + 0,187X_4 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. -7,336 menunjukkan bahwa, jika faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis nilainya adalah nol, maka keputusan pembelian menjadi sebesar -7,336.
 2. 0,750 menunjukkan bahwa, jika koefisien variabel budaya naik sebesar satu satuan dan koefisien regresi variabel independen lainnya bernilai tetap, maka keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu akan meningkat sebesar 0,750 satuan.
 3. 0,273 menunjukkan bahwa, jika koefisien variabel sosial naik sebesar satu satuan dan koefisien regresi variabel independen lainnya bernilai tetap, maka keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu akan meningkat sebesar 0,273 satuan.
 4. 0,113 menunjukkan bahwa, jika koefisien variabel pribadi naik sebesar satu satuan dan koefisien regresi variabel independen lainnya bernilai tetap, maka keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu akan meningkat sebesar 0,113 satuan.
 5. 0,187 menunjukkan bahwa, jika koefisien variabel psikologis naik sebesar satu satuan dan koefisien regresi variabel independen lainnya bernilai tetap, maka keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu akan meningkat sebesar 0,187 satuan.
- c. Uji koefisien korelasi (R)
- Uji koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan dependen. Hasil dari uji koefisien korelasi (R) selengkapnya tersaji dalam Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,854 ^a	,729	,689	,874

a. Predictors: (Constant), BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGI

b. Dependent Variabel: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sama dengan 0,854 yang menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara variabel independen dengan variabel dependen mendekati 1 dengan persentase sebesar 85,4%. Artinya, variabel budaya (X₁), sosial (X₂), pribadi (X₃) dan psikologi (X₄) memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif dengan keputusan pembelian kambing Jawarandu (Y) di Pasar Wage Bumiayu, sedangkan sisanya sebesar 14,6% dijelaskan oleh variabel lainnya atau sebab lainnya di luar model penelitian.

d. Uji koefisien determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel independen dengan dependen Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,689 dengan persentase 72,9%. Artinya, faktor budaya (X₁), sosial (X₂), pribadi (X₃) dan psikologi (X₄) mempunyai pengaruh sebesar 72,9% terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu, sisanya 27,1% dijelaskan oleh variabel lainnya atau sebab lainnya di luar model penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

2. Secara masing-masing, faktor budaya, sosial dan psikologis berpengaruh nyata, sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian kambing Jawarandu di Pasar Wage Bumiayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. CV. Aneka Ilmu. Semarang.
- Hakimi, H., I. Nuridja., dan K. Suwarna. 2015. Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Kentucky Fried Chicken (KFC)* Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(1): 20 – 26.
- Handoko, H. 2013. *Analisis Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, P., L. K. Keller., dan A. Gary. 2016. *Manajemen Pemasaran jilid 1*. (Editor A. Maulana, W. Hardani. Terjemahan Oleh B. Sabran) Erlangga. Jakarta.
- Mita, S., S. H. Putu., A. S. Ida. 2023. Analisis Perilaku Konsumen Kedai Kopi. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, dan Pariwisata*. 3(3): 448 – 458.
- Nafali, M., dan D. Soepeno. 2016. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal EMBA*. 4(4): 984 - 992.
- Nuraningsih., dan A. Muis. 2021. Analisis Peranan Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian di Sulawesi Tengah Tahun 2014-2018. *Media Bina Ilmiah*. 16(3): 6595 – 6603. Lembaga Penerbitan Bina Patria.

- Prasetyo, A. F., M. Mahbub., W. E. Anggit., dan S. Imam. 2022. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Beku Di Outlet Best Meat Kabupaten Jember. *Jurnal ANIMPRO*. 3(1): 29 – 34.
- Purbowati., E, Rahmawati., dan E, Rianto. 2015. Jenis Hijauan Pakan Dan Kecukupan Nutrien Kambing Jawarandu Di Kabupaten Brebes Jawa Tengah. *Pasutra*. 5(1): 10 – 14.
- Putri, A., Hasnah., P. Cindy dan Yusmarni. 2021. Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi di Masa Pandemi Covid-19 pada *Coffee Shop* Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Agribisnis (JEPA)*. 5(4): 1308-1321.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyawati, R. 2019. *Eksistensi Pasar Tradisional Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Suprayitno, A., S. Rochaeni., dan R. Purnomowati. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan). *Jurnal Agribisnis*. 9(2): 177 – 214.
- Umadji, N. 2019. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Roti di *Bread Factory*. *Jurnal EMBA*. 7(4): 6086 – 6095.