ISSN 1411-8939

JURNAL ILMIAH
Universitas Batanghari
JAMBI

Volume 13 Nomor 4 November 2013

Influence Analysis Servicescape Against Student Satisfaction at Batanghari University of Jambi 1-5
Farida Hariyani
Akuntabilitas Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Nurul Ilmi Kota Jambi 6-18
Sri Marmoah
Hubungan antara Regulasi Diri dalam Belajar Dengan Prestasi Belajar Mahasiswa FKIP Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris Unbari 19-23
Yurni
Analisis Pemecahan Masalah Matematika pada Siswa Tipe Visual *Berbasis Realistic Mathematics Education* (RME) di Kelas VIII SMP N 2 Kota Jambi 24-30
Sri Dewi
Pembinaan Terhadap Terpidana Lanjut Usia di Lembaga Pemasyarakatan Klas IIA Jambi 31-35
H.M. Chairul Idrah
Perjanjian Jual Beli Duku dengan Sistem Ijon antara Pembeli dengan Masyarakat Kecamatan Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi 36-40
H. Abdul Hariss
Analisis Pengaruh Perkawinan dibawah Umur Terhadap Tingkat Perceraian di Kota Jambi 41-48
Hj. Suzanalisa
Pelaksanaan Perjanjian Simpan Pinjam Kelompok Perempuan pada Unit Pengelola Kegiatan PNPM-MP Kecamatan Mendahara 49-59
Syarifa Mahila
Peranan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Batanghari dalam Pelaksanaan Hak Mengajukan Rancangan Peraturan Daerah Setelah Adanya Reposisi dan Refungsionalisasi DPRD (Studi Kasus DPRD Periode 2009-2014) 60-66
Herma Yanti
Karakteristik Limbah Cair Pabrik Kelapa Sawit pada Proses Pengolahan Anaerob dan Aerob 67-73
Ida Nursanti
Efek Pemberian Kombinasi Garam Dapur dan Pupuk Nitrogen terhadap Pertumbuhan Bibit Karet (*Hevea brasilliensis* Muell.Arg.) di Polibag 74-80
Nasamsir
Pengubahan Komposisi Cadangan Makanan Benih Kedelai dengan Perlakuan Nitrogen dan Fosfor 81-88
Rudi Hartawan
Peranan Slurry terhadap Kelangsungan Hidup Bibit Kakao (*Theobroma cacao.* L) Saat Pindah Tanam ke Polibag 89-94
Yulistiati Nengsih
Pertumbuhan Bibit Kakao (*Theobroma Cacao*.L) dengan Pemberian Beberapa Dosis Pupuk NPK (16:16:16) pada Tanah Ultisol di Polybag 95-98
Ridawati Marpaung
Nilai Tukar Nelayan dan Kontribusinya dalam Pemenuhan Kebutuhan Rumah Tangga Nelayan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat 99-106
Asmaida
Pemanfaatan Daun Singkong (*Manihot utilissima)* Tua Sebagai Pakan Ikan Gurami (O*sphronemus gouramy.* Lac) 107-112
Syahrizal
Muarofah Ghofur
Fakhrurrozi
Identifikasi Jamur Patogen Penyebab Penyakit pada Tanaman Padi (*Oryza sativa*) di Lubuk Ruso Kecamatan Pemayung Kabupaten Batanghari Jambi 113-117
Yuza Defitri
Pengaruh Penggunaan Metode Thawing yang Berbeda terhadap Kualitas Spermatozoa Semen Sapi Perah Berpengencer Tris Sitrat Kuning Telur 118-126
Fachroerrozi Hoesni
Respon Tingkat Kepadatan Telur Ikan Gurami (*Osphronemus gouramy. Lac*.) Yang Berbeda Terhadap Daya Tetas Telur 127-131
Muhammad Sugihartono
Pengaruh Budaya, Kelas Sosial, Keluarga dan Situasi terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Perumahan di Kota Jambi (Studi Kasus Pada Developer Dan Real Esteat PT Niaga Guna Kencana Jambi) 132-137
Ahmad Tarmizi
Kontribusi Wanita Bekerja Terhadap Pendapatan Rumah Tangga (Kasus Tenaga Kerja Wanita pada PT.PSUT Sarang Burung Kec. Jambi Luar Kota) 138-143
Sudirman
Ahmadi
Pengukuran Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Indeks Pembangunan Manusia dan Indeks Mutu Hidup Serta Pengaruhnya terhadap Produktivitas Tenaga Kerja di Provinsi Jambi 144-152
Azizah
Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan di Universitas Batanghari 153-161
M. Zahari MS
Kajian Persepsi Pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Terhadap Laporan Keuangan 162-173
R. Adisetiawan
Kajian Potensi Arus Sungai Lagan di Desa Lagan Tengah Kab. Tanjab Timur Sebagai Pembangkit Listrik 174-180
H. Myson
Kajian Pergerakan Sedimen Dasar dan Gerusan pada Saluran Lurus Alluvial 181-187
Azwarman

DAFTAR ISI

Nomor	Judul	Halaman
1	Influence Analysis Servicescape Against Student Satisfaction at Batanghari University of Jambi **Farida Hariyani**	1-5
2	Akuntabilitas Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Nurul Ilmi Kota Jambi **Sri Marmoah**	6-18
3	Hubungan antara Regulasi Diri dalam Belajar Dengan Prestasi Belajar Mahasiswa FKIP Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris Unbari **Yurni**	19-23
4	Analisis Pemecahan Masalah Matematika pada Siswa Tipe Visual *Berbasis Realistic Mathematics Education* (RME) di Kelas VIII SMP N 2 Kota Jambi **Sri Dewi**	24-30
5	Pembinaan Terhadap Terpidana Lanjut Usia di Lembaga Pemasyarakatan Klas IIA Jambi **H.M. Chairul Idrah**	31-35
6	Perjanjian Jual Beli Duku dengan Sistem Ijon antara Pembeli dengan Masyarakat Kecamatan Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi **H. Abdul Hariss**	36-40
7	Analisis Pengaruh Perkawinan dibawah Umur Terhadap Tingkat Perceraian di Kota Jambi **Hj. Suzanalisa**	41-48
8	Pelaksanaan Perjanjian Simpan Pinjam Kelompok Perempuan pada Unit Pengelola Kegiatan PNPM-MP Kecamatan Mendahara **Syarifa Mahila**	49-59
9	Peranan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Batanghari dalam Pelaksanaan Hak Mengajukan Rancangan Peraturan Daerah Setelah Adanya Reposisi dan Refungsionalisasi DPRD (Studi Kasus DPRD Periode 2009-2014) **Herma Yanti**	60-66
10	Karakteristik Limbah Cair Pabrik Kelapa Sawit pada Proses Pengolahan Anaerob dan Aerob **Ida Nursanti**	67-73
11	Efek Pemberian Kombinasi Garam Dapur dan Pupuk Nitrogen terhadap Pertumbuhan Bibit Karet (*Hevea brasilliensis* Muell.Arg.) di Polibag **Nasamsir**	74-80
12	Pengubahan Komposisi Cadangan Makanan Benih Kedelai dengan Perlakuan Nitrogen dan Fosfor **Rudi Hartawan**	81-88
13	Peranan Slurry terhadap Kelangsungan Hidup Bibit Kakao (*Theobroma cacao.* L) Saat Pindah Tanam ke Polibag **Yulistiati Nengsih**	89-94
14	Pertumbuhan Bibit Kakao (*Theobroma Cacao*.L) dengan Pemberian Beberapa Dosis Pupuk NPK (16:16:16) pada Tanah Ultisol di Polybag **Ridawati Marpaung**	95-98
15	Nilai Tukar Nelayan dan Kontribusinya dalam Pemenuhan Kebutuhan Rumah Tangga Nelayan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat **Asmaida**	99-106
16	Pemanfaatan Daun Singkong (*Manihot utilissima)* Tua Sebagai Pakan Ikan Gurami (O*sphronemus gouramy.* Lac) **Syahrizal** **Muarofah Ghofur** **Fakhrurrozi**	107-112
17	Identifikasi Jamur Patogen Penyebab Penyakit pada Tanaman Padi (*Oryza sativa*) di Lubuk Ruso Kecamatan Pemayung Kabupaten Batanghari Jambi **Yuza Defitri**	113-117
18	Pengaruh Penggunaan Metode Thawing yang Berbeda terhadap Kualitas Spermatozoa Semen Sapi Perah Berpengencer Tris Sitrat Kuning Telur **Fachroerrozi Hoesni**	118-126
19	Respon Tingkat Kepadatan Telur Ikan Gurami (*Osphronemus gouramy. Lac*.) Yang Berbeda Terhadap Daya Tetas Telur **Muhammad Sugihartono**	127-131
20	Pengaruh Budaya, Kelas Sosial, Keluarga dan Situasi terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Perumahan di Kota Jambi (Studi Kasus Pada Developer Dan Real Esteat PT Niaga Guna Kencana Jambi) **Ahmad Tarmizi**	132-137
21	Kontribusi Wanita Bekerja Terhadap Pendapatan Rumah Tangga (Kasus Tenaga Kerja Wanita pada PT.PSUT Sarang Burung Kec. Jambi Luar Kota) **Sudirman** **Ahmadi**	138-143
22	Pengukuran Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Indeks Pembangunan Manusia dan Indeks Mutu Hidup Serta Pengaruhnya terhadap Produktivitas Tenaga Kerja di Provinsi Jambi **Azizah**	144-152
23	Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan di Universitas Batanghari **M. Zahari MS**	153-161
24	Kajian Persepsi Pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Terhadap Laporan Keuangan **R. Adisetiawan**	162-173
25	Kajian Potensi Arus Sungai Lagan di Desa Lagan Tengah Kab. Tanjab Timur Sebagai Pembangkit Listrik **H. Myson**	174-180
26	Kajian Pergerakan Sedimen Dasar dan Gerusan pada Saluran Lurus Alluvial **Azwarman**	181-187

Pengaruh Budaya, Kelas Sosial, Keluarga dan Situasi terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Perumahan di Kota Jambi (Studi Kasus Pada Developer Dan Real Esteat PT Niaga Guna Kencana Jambi)

Ahmad Tarmizi[1]

Abstract

PT. Niaga Kencana Guna (NGK) one floating housing is enough known in the Development of quality housing, connection with the marketing strategy. How does culture (X1), social class (X2), Family (X3), Situation (X4) and decision making (Y) consumers in the purchase of housing PT. Niaga Kencana Guna (NGK).

T value at the Cultural variables (X1) is 2.844 with a significance level of 0.005 . Because the 2,844 t value > t table value and level of significance 1.661 0.005 < α = 0.05 significance probability , t Value on Social Class variable (X2) is 3.204 with a significance level of 0.002 . Because the t value 3.204 > t table value and level of significance 0.002 1.661 < α = 0.05 significance probability , t value in the variable Family (X3) is 2.231 with a significance level of 0.028 . Because the t value 2.231 > 1.661 and table value of t 0.028 significance level < probability of significance α = 0.05 , t value in a variable situation (X4) is 3.928 with a significance level of 0.000 . Because the t value 3.928 > 1.661 and table value of t 0.000 significance level < probability of significance α = 0.05 , then Ho is rejected and Ha accepted . This means that the variable situation individually positive and significant impact on consumer purchase decisions .

Keyword : influence, decisions, housing

PENDAHULUAN

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa selalu dihadapkan pada pertanyaan, "mengapa konsumen membeli barang atau jasa tertentu?" jawabannya tidak dapat diterangkan secara langsung dari pengamatannya saja, tetapi dibutuhkan analisa perilaku konsumen yang lebih mendalam. Hal ini akan banyak membantu bagi manajer pemasaran untuk memahami "mengapa" dan "bagaimana" perilaku konsumen tersebut, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan, dan memdistribusikan barangnya secara baik (Swastha, 2000). Dengan analisa perilaku konsumen ini, perusahaan akan mempunyai pandangan yang lebih luas dan akan lebih mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan konsumen.

Konsumen adalah pemakai akhir dari setiap produk yang dibelinya, maka konsumen dalam membeli produk pasti mempunyai harapan akan produk yang dibelinya, Dalam Tjiptono (2002:61) harapan pelanggan adalah keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja suatu produk atau jasa. Semakin berkualitasnya suatu produk dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mampu secara efektif mengelola perubahan dan secara terus menerus memperbaiki manajemen, sistem, strategi, dan budaya organisasi agar dapat terus bertahan dari persaingan yang begitu ketat. Perkembangan pembangunan perumahan yang bergitu pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan rumah yang layak sesuai dengan kemampuannya.. Hal ini disebabkan semakin meningkatnya jumlah penduduk dari tahun ketahun.

Semakin meningkatnya jumlah penduduk akan berdampak pada semakin meningkatnya jumlah konsumen yang memerlukan perumahan yang layak. Hal ini menjadi peluang dan

[1] Dosen Fak. Ekonomi Universitas Batanghari

tantangan bagi PT. Niaga Guna Kencana (NGK) untuk dapat memenuhi permintaan konsumen atas perumahan. Hal ini diperlukan untuk menguasai pangsa pasar perumahan, khususnya pangsa pasar di daerah kota Jambi. Untuk mempermudah perusahaan dalam memenangkan persaingan dalam menarik minat konsumen terhadap produknya maka perusahaan membutuhkan strategi yang baik sehingga dapat pula meningkatkan jumlah pelanggan.

Menurut Kotler (2005:70) kepuasan pelanggan adalah perasaaan senang atau kecewa seseorang yang muncul adalah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Hal inilah yang dijadikan semboyan PT. Niaga Guna Kencana (NGK) dalam memenuhi kebutuhan konsumennya.

PT. Niaga Guna Kencana (NGK) salah satu pengambangan perumahan yang sudah cukup di kenal dalam pembanguan perumahan yang berkualitas, Berkaitan dengan strategi pemasaran PT. Niaga Guna Kencana (NGK) yang lebih berorientasi pada upaya untuk mengarahkan para konsumen maupun calon konsumen untuk lebih setia pada produk yang diberikan, maka penelitian ini lebih difokuskan kepada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian perumahan PT. Niaga Guna Kencana (NGK). Dimana dengan kesetiaan yang tinggi dari konsumen serta diikuti dengan minat beli pada produk pada akhirnya juga akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimanakah pengaruh Budaya (X_1), Kelas sosial (X_2), Keluarga (X_3), Situasi (X_4) dan pengambilan keputusan (Y) konsumen dalam pembelian perumahan PT. Niaga Guna Kencana (NGK). maka dapat dirumuskan beberapa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1)Untuk melihat kondisi Budaya (X_1), Kelas sosial (X_2), Keluarga (X_3), Situasi (X_4) dan pengambilan keputusan (Y) konsumen dalam pembelian perumahan PT. Niaga Guna Kencana (NGK). 2)Untuk melihat pengaruh Budaya (X_1), Kelas sosial (X_2), Keluarga (X_3), dan Situasi (X_4) terhadap pengambilan keputusan (Y) konsumen dalam pembelian perumahan PT. Niaga Guna Kencana (NGK). Populasi (*population*) yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen/pelanggan pada PT. Niaga Guna Kencana (NGK) jambi, sebanyak 1.870 jumlah pelanggan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2003 : 73). Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 94 responden. Diketahui dari jumlah populasi yang berjumlah 1.870 orang dengan tingkat presisi ditetapkan sebesar 5% , maka jumlah sampel yang akan diteliti (Umar 2009:78) .

Dalam penelitian ini melakukan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan asosiatif. Pengertian metode deskriptif menurut Moh. Nazir (1999; 63-64) adalah Suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menaksir nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X serta taksiran perubahan variabel Y untuk setiap satuan perubahan variabel X. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :
Y = Keputusan konsumen
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
X_1 = Budaya
X_2 = Kelas Sosial
X_3 = Keluarga
X_4 = Situasi
e = error

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai Adjusted R Square karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi. Nilai Adjusted R Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Berbeda dengan nilai R^2 yang pasti akan meningkat setiap tambahan satu variabel independen, tidak perduli apakah variabel

tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Uji ini dilakukkan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan pengujian koefisien regresi secara parsial (uji t), yaitu dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$T_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan : bi = Koefisien regresi variabel i

Sbi = Standar error variabel i

Masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan taraf nyata 0,05.

PEMBAHASAN

Pengaruh Budaya (X_1), Kelas sosial (X_2), Keluarga (X_3), Situasi (X_4) terhadap Pengambilan **Keputusan (Y) Secara Simultan**

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Uji ini dilakukkan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.003	4	71.501	42.193	.000[a]
	Residual	160.987	95	1.695		
	Total	446.990	99			

a. Predictors: (Constant), Situasi, Budaya, Keluarga, Kelas_Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari uji ANOVA atau Uji F diatas didapat nilai F Hitung sebesar 41,855 dengan probabilitas 0,000. Karena F hitung 42,193 > F Tabel 2,47 dan probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian (variabel dependen) atau dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen yaitu Budaya, Kelas Sosial, Keluarga, dan Situasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian konsumen terhadap pupuk NPK.

Dari hasil uji regresi berganda maka diperoleh koefisien regresi, nilai t hitung, dan tingkat signifikansi sebagaimana ditampilkan pada tabel 4.16 dibawah ini :

Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.206	1.322		-1.668	.099
	Budaya	.286	.101	.215	2.844	.005
	Kelas_Sosial	.374	.117	.265	3.204	.002
	Keluarga	.234	.105	.183	2.231	.028
	Situasi	.250	.064	.325	3.928	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dalam penelitian ini digunakan hasil uji regresi yang standardized dikarenakan untuk menyamakan ukuran variabel independen (Budaya, Kelas Sosial, Keluarga, dan Situasi, dan Keputusan Pembelian) yang tidak sama. Keuntungan menggunakan hasil regresi yang standardized yaitu mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen. Selain itu hasil uji regresi yang standardized digunakan karena ingin melihat tingkat prioritas.

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan tersebut, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$Y = -2.206 + 0{,}286\ X_1 + 0{,}374\ X_2 + 0{,}234\ X_3 + 0{,}250\ X_4$

Keterangan :
Y = Keputusan Pembelian konsumen
X1 = Budaya
X2 = Kelas Sosial
X3 = Keluarga
X4 = Situasi

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresinya adalah positif. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel independen Budaya (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,286. Artinya, semakin tinggi pengaruh Budaya terhadap penggunaan pupuk NPK (X_1), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y).
2. Variabel independen Kelas Sosial (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,374. Artinya, semakin tinggi pengaruh Kelas Sosial terhadap penggunaan pupuk NPK (X_2), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y).
3. Variabel independen Keluarga (X_3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,234. Artinya, semakin tinggi pengaruh Keluarga terhadap penggunaan pupuk NPK (X_3), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y).
4. Variabel independen Situasi (X_4) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,250. Artinya, semakin tinggi pengaruh Situasi terhadap penggunaan pupuk NPK (X_4), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y).

Berikut ini dapat dilihat kesimpulan dari pengolahan regresi berganda dalam melihat pengaruh Budaya (X_1), Kelas sosial (X_2), Keluarga (X_3), Situasi (X_4) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) pada tabel dibawah ini :

	Variabel	**Nilai Koefisien**	**Pengaruh**
	Budaya (X_1)	0,286	Positif
	Kelas sosial (X_2)	0,374	Positif
	Keluarga (X_3)	0,234	Positif
	Situasi (X_4)	0,250	Positif

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Nilai R^2 yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai Adjusted R Square karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi. Nilai

Adjusted R Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Berbeda dengan nilai R^2 yang pasti akan meningkat setiap tambahan satu variabel independen, tidak perduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut tabel 4.21 untuk melihat koefisien determinasi dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dibawah ini :

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800[a]	.640	.625	1.30177

a. Predictors: (Constant), Situasi, Budaya, Keluarga, Kelas_Sosial

Dari tabel koefisien determinasi (R^2) diatas menunjukkan besarnya adjusted R^2 adalah 0,625, hal ini berarti 62,5% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari ke 4 variabel independen, yaitu Budaya, Kelas Sosial, Keluarga, dan Situasi. Sedangkan sisanya sebesar 37,5% (100% - 62,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Standard Error of the Estímate (SEE) dari tabel diatas sebesar 1,30177. Semakin kecil nilai SEE, maka akan membuat persamaan regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Budaya, Kelas Sosial, Keluarga, dan Situasi) secara individual mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian konsumen. Nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,661 (dengan melihat t tabel pada tingkat signifikansi 0,05).

1. Nilai t hitung pada variabel Budaya (X_1) adalah 2,844 dengan tingkat signifikansi 0,005. Karena nilai t hitung 2,844 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,005 < probabilitas signifikansi α = 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Budaya secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen.
2. Nilai t hitung pada variabel Kelas Sosial (X_2) adalah 3,204 dengan tingkat signifikansi 0,002. Karena nilai t hitung 3,204> nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,002 < probabilitas signifikansi α = 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Kelas Sosial secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen.
3. Nilai t hitung pada variabel Keluarga (X_3) adalah 2,231 dengan tingkat signifikansi 0,028. Karena nilai t hitung 2,231 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,028 < probabilitas signifikansi α = 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Keluarga secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen.
4. Nilai t hitung pada variabel Situasi (X_4) adalah 3,928 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung 3,928 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,000 < probabilitas signifikansi α = 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Situasi secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

Intepretasi Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan. Hasil analisis tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan yang menyatakan bahwa "semakin tinggi pengaruh Budaya terhadap penggunaan pupuk NPK (X_1), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y)" dapat diterima, karena variabel Budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen dengan nilai koefiseien regresi sebesar 0,215. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t hitung 2,844 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,005 < probabilitas signifikansi α = 0,05.
2. Pernyataan yang menyatakan bahwa "semakin tinggi pengaruh Kelas Sosial terhadap penggunaan pupuk NPK (X_2), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y)" dapat diterima, karena variabel Persepsi Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen dengan nilai koefiseien regresi sebesar 0,265. Hal

tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t hitung 3,204 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,002 < probabilitas signifikansi α = 0,05.

3. Pernyataan yang menyatakan bahwa "semakin tinggi pengaruh Keluarga terhadap penggunaan pupuk NPK (X_3), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y)" dapat diterima, karena variabel Asosiasi Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen dengan nilai koefiseien regresi sebesar 0,183. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t hitung 2,231 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,028 < probabilitas signifikansi α = 0,05.
4. Pernyataan yang menyatakan bahwa "semakin tinggi pengaruh Situasi terhadap penggunaan pupuk NPK (X_4), maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Y)" dapat diterima, karena variabel Loyalitas Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen dengan nilai koefiseien regresi sebesar 0,325. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang menunjukkan t hitung 3,928 > nilai t tabel 1,661 dan tingkat signifikansi 0,000 < probabilitas signifikansi α = 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Angipora P. 2002, Strategi-Strategi Pemasaran Di Indonesia. Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.

Boyd,et al. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid Pertama. Edisi Kedua. Alih Bahasa: Imam Nurnawan, S.E. Jakarta: Erlangga.

Gitosudarmo. 2001. Manajemen Strategis Pemasaran. Edisi Ketujuh. PT Prehallindo. Jakarta.

Dewi, Silma Tungga. 2004. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian oleh Konsumen Restoran Tradisional Sunda [skripsi]. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Engel, et al. 1994. Perilaku Konsumen. Penerjemah F. X. Budiyanto. Edisi 6. Binarupa Aksara. Jakarta.

Fuad, dkk, 2000. Buku Pengantar Bisnis. penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Hikmawati, Rika. 2002. Analisis Strategi Pemasaran Pupuk Urea Pada PT Pupuk Kujang (Persero) [skripsi]. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Kotler, P. Amstrong. 2001. Manajemen Pemasaran. Penerjemah Benyamin Molan. Edisi Millenium. Jilid 1. PT Prehallindo. Jakarta.

Kotler, P. 2000, Manajemen Pemasaran. Penerjemah Benyamin Molan. Edisi Millenium. Jilid 2. PT Prehallindo. Jakarta.

_____, 2002, Manajemen Pemasaran. Penerjemah Benyamin Molan. Edisi Millenium. Jilid 2. PT Prehallindo. Jakarta.

Leiwakabessy, 2000. Pupuk dan Pemupukan. Jurusan Tanah. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Media Indonesia. 2005. Sektor Pertanian Jadi Prioritas Utama. 8 September. Jakarta.

Nazir, Moch. 1998. Metodologi Penelitian. Penerbit Ghalia. Indonesia.

Poli. 2002. Pengantar Ilmu Ekonomi (Buku Panduan Mahasiswa). Penerbit PT. Prenhalindo bekerja sama dengan APTIK Jakarta.

Rahman, 2004. Manajemen. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Sadono Sukirno, 2002. Pengantar Ekonomi Mikro. Edisi revisi Jakarta.

Samuelson, 1975. Teori Ekonomi I. Edisi VIII. Jakarta Bhratara dan Yogyakarta : Kanisius.

Siagian, 2002. Dasar-dasar Manajemen. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Sukirno, 2002. Pengantar Ekonomi. Edisi revisi Penerbit PT Prehallindo. Jakarta.

Sunarto 2000. Pemasaran . BPFE UST Yogyakarta.

Stanton, 1978. Fundamentals Of Marketing, Edisi kelima Kogakusha, Mc. Graw-Hill Book Company, Tokyo.

Swastha dan Irawan, 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit Liberty Cetakan ketigabelas Yogyakarta.

Payne, Adrian 2001, Pemasaran Jasa,"The Essence Of Service Marketing", Penerbit Andi AndPearson Education Asia, PT. LTO.