

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH JAMBU AIR(*Syzgium Samarangeese Aqueum*)DI PASAR MODERN KAWASAN SEMARANG TENGAH

Sosial Ekonomi

Anastasia. R.<sup>1</sup>, W. Roessali<sup>1</sup>, W. D. Prastiwi<sup>2</sup>

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian

Universitas Diponegoro Semarang

Email : [resyanastasia@gmail.com](mailto:resyanastasia@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang menentukan keputusan konsumen dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen buah jambu air di pasar modern kawasan Semarang Tengah. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember - Januari 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survai. Pengumpulan data melalui wawancara dengan menggunakan panduan kuesioner. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu pasar modern yang menjual produk jambu air. Teknik penetapan sampel dengan menggunakan metode *quota sampling*, jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 orang untuk 3 pasar moderen. Responden ditentukan secara *accidental sampling* pada setiap konsumen yang membeli buah jambu air dan buah lain. Analisis data secara deskriptif dan analisis regresi logistik menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal yaitu pendapatan dan faktor eksternal yaitu harga dan kemasan mempengaruhi keputusan pembelian. Secara serempak faktor motivasi, harga, lokasi, kemasan, usia , tingkat pendidikan dan pendapatan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial variabel harga, kemasan, dan pendapatan menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian jambu air, sedangkan motivasi, lokasi, usia, dan tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

**Kata Kunci :** *keputusan, pembelian, jambu air, harga, kemasan, pendapatan*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris karena memiliki sumber daya yang melimpah dan mengandalkan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian. Sektor pertanian juga dapat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan nasional Indonesia. Pertumbuhan penduduk yang semakin banyak, menyebabkan lahan pertanian semakin sempit. Oleh karena itu memberdayakan petani sebagai produsen dapat meningkatkan produksi pangan yang hasilnya dapat dinikmati oleh konsumen. Perilaku konsumen adalah proses atau aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Buah jambu air yang banyak dikonsumsi antara lain karena alasan kandungan vitamin C, antioksidan, dan serat yang tinggi. Sejauh ini informasi yang di dapat oleh konsumen mengenai antioksidan dan vitamin C pada buah jambu air sangat terbatas karena

sangat sedikit masyarakat yang mengetahui kandungan gizi jambu air. Informasi kandungan tersebut sangat bermanfaat untuk promosi buah jambu air ke masyarakat, terlebih apabila kandungannya sangat tinggi.

### **Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap buah jambu air dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap buah jambu air di pasarn modern kawasan Semarang Tengah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga definisi, yaitu: (1) Adanya pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) Adanya beberapa alternatif yang harus dipilih sebagai salah satu yang terbaik; dan (3) Adanya tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekati pada tujuan tersebut (Handri dan Dian, 2005). Sebuah proses pengambilan keputusan pembelian tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purna-beli (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas), dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku pembelian berikutnya, jika konsumen merasa puas ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang. Seseorang konsumen yang merasa puas cenderung akan mengatakan kepada orang lain (Fandy, 2008).

### **2.2. Buah Jambu Air (*Syzygium samarangense aqueum* )**

Buah jambu air termasuk dalam famili Myrtaceae yang merupakan tanaman asli Indonesia dan sejak masa penjajahan Belanda dikenal sebagai buah segar dimusim kemarau. Buah jambu air banyak mengandung air sekitar 90% dari 100 gram bagian buah yang dapat dimakan dan berfungsi sebagai penghilang rasa haus selain itu jambu air juga mengandung protein, karbohidrat, kalsium, zat besi, magnesium, potassium, zinc, copper, asam sitrat, fosfor, serat, vitamin C, vitamin A, niacin, riboflavin, thiamin dan sejumlah zat bermanfaat lainnya (Hariyanto, 1993).

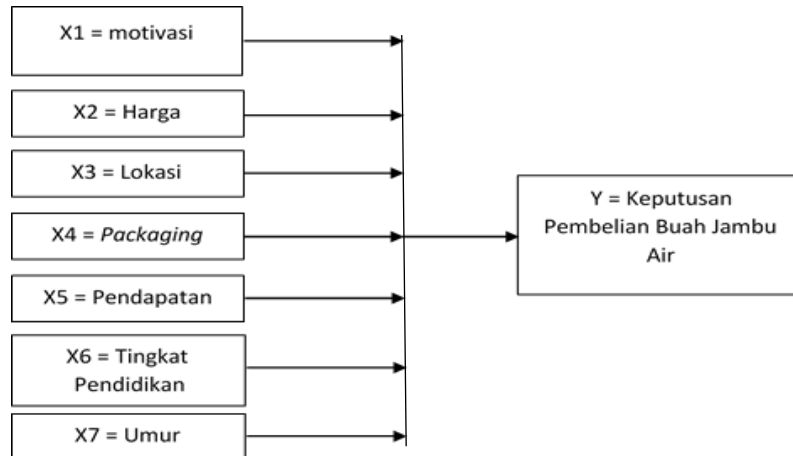
### **2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu motivasi, persepsi, pekerjaan, gaya hidup, usia, pendapatan, kepribadian dan keyakinan. Faktor eksternal yaitu budaya, kelas

sosial, kelompok referensi, keluarga, situasi, harga, produk, promosi, lokasi dan lingkungan fisik lokasi (Kotler, 2008).

## METODE PENELITIAN

### Kerangka Pemikiran



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran.

## HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah

1. Diduga secara serempak faktor internal (motivasi, pendapatan, tingkat pendidikan dan usia) dan faktor eksternal (harga, lokasi, dan *packaging*) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap buah jambu air di pasar modern kawasan Semarang Tengah.
2. Diduga secara parsial faktor internal (motivasi, pendapatan, tingkat pendidikan dan usia) dan faktor eksternal (harga, lokasi, dan *packaging*) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap buah jambu air di pasar modern kawasan Semarang Tengah.

## WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember sampai Januari 2017. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* berdasarkan pertimbangan khusus yaitu pasar modern yang menjual produk jambu air. Lokasi pelaksanaan penelitian Hypermart, Carrefour dan Gelael dari 5 pasar modern yang ada di kawasan Semarang Tengah. Pemilihan swalayan tersebut memiliki beberapa alasan yaitu menyediakan produk jambu air, banyak dikunjungi masyarakat dan

## METODE PENELITIAN DAN PENGAMBILAN SAMPEL

Metode pengambilan sampel yang pertama yaitu menetapkan kuota proporsi responden di masing-masing pasar modern yaitu 40 orang sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 120 orang. Selanjutnya responden dipilih secara *Accidental Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan responden yang kebetulan ada atau dijumpai saat pengambilan data penelitian (Nawawi, 2001). Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli buah jambu air, masyarakat yang pernah membeli buah jambu air satu bulan terakhir dan masyarakat yang membeli buah lain di pasar modern tersebut.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara kepada konsumen, sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah dibuat sebelumnya. Kuesioner pada penelitian menggunakan kuesioner tertutup (Wasis, 2008). Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan penelitian serta dari literatur dan sumber pendukung lainnya.

Metode analisis regresi logistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel respon yang berupa data dikotomik/biner dengan variabel bebas yang berupa data berskala interval dan atau kategori (Firdaus dan Farid (2008). Persamaan regresi logistik dapat dinyatakan sebagai berikut (Hair, 2006) :

$$Y = \text{Ln} = \left[ \frac{P}{1-P} \right] = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian Jambu Air ( 1= membeli, 0 = tidak membeli)
- Ln = Logaritma natural
- P = Probabilitas keputusan pembelian
- a = intersep
- b<sub>1,2,3,4,5,6,7</sub> = Koefisien regresi untuk variabel 1,2,3,4,5,6,7
- X<sub>1</sub> = Variabel motivasi (Skor)
- X<sub>2</sub> = Variabel Harga (Skor)
- X<sub>3</sub> = Variabel Lokasi (Skor)
- X<sub>4</sub> = Variabel *Packaging*(Skor)
- X<sub>5</sub> = Variabel Pendapatan (Skor)
- X<sub>6</sub> = Variabel Tingkat Pendidikan (Skor)
- X<sub>7</sub> = Variabel Umur (Skor)
- e = Variabel pengganggu

Adapun hipotesis statistik yaitu:

H<sub>0</sub>: β = 0 berarti tidak ada pengaruh X terhadap Y

H<sub>1</sub>: β ≠ 0 berarti ada pengaruh X terhadap Y

Uji kelayakan model dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* lebih besar dari 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai obeservasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena sesuai dengan data obeservasinya. *Log Likelihood* pada regresi logistik mirip dengan pengertian *Sum of Square Error* pada model regresi sehingga penurunan *Log Likelihood* menunjukkan model regresi semakin baik (Ghozali, 2005).

Pengujian signifikansi model dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel penjelas terhadap variabel respons di dalam model secara bersama-sama (*overall*). Hipotesis diterima jika  $p\text{-value} < \alpha$ , yang mengartikan bahwa variabel independen secara serentak mempengaruhi variabel dependen. Pengujian koefisien parameter secara parsial dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Wald. Hipotesis akan diterima jika  $p\text{-value} < \alpha$ , yang mengartikan bahwa variabel independen ke-*i* secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2005).

## **PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Adapun karakteristik responden dari penelitian ini seperti jenis kelamin, usia responden, tingkat pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden laki-laki 28 orang (23,3%) dan perempuan 92 orang (76,7%).

Usia responden diklasifikasikan atas 5 (lima) tingkatan usia(.) Klasifikasi dan jumlah masing-masing adalah usia 15 tahun sampai dengan 25 tahun sebanyak 22 orang (18,3%), usia 26 tahun sampai dengan 35 tahun adalah 18 orang (15%), usia 36 sampai dengan 45 tahun adalah 34 orang (28,3%), usia 46 tahun sampai dengan 55 tahun adalah 41 orang (34,2%) dan pada usia lebih dari 55 tahun adalah sebanyak 5 orang (4,2%).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa responden berpendidikan dan berpendidikan SMA sebanyak 35 orang (29,2%), D3/S1 yaitu sebanyak 72 orang (60%) sedangkan responden yang memiliki tingkat pendidikan Pasca Sarjana sebanyak 13 orang (10,8%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen buah jambu air di pasar modern kawasan Semarang Tengah memiliki tingkat pendidikan tinggi.

Pekerjaan responden terbanyak adalah sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 37 orang (30,8%), pegawai negeri yaitu sebanyak 27 orang (22,5%) dan pegawai swasta yaitu sebanyak 22 orang (18,3%), sedangkan responden yang lainnya masih memiliki status sebagai mahasiswa sebanyak 18 orang (15%) dan status sebagai ibu rumah tangga dan pensiun sebanyak 16 orang (13,3%).

Pendapatan rata-rata per bulan responden sangatlah beragam. Responden yang memiliki pendapatan rata-rata per bulan sebesar < Rp. 1.000.000 sebanyak 14 orang (11,7%), pendapatan sebesar Rp. 1.000.001 – Rp. 2.500.000 sebanyak 9 orang (7,5%), pendapatan Rp. 2.500.001 – Rp. 4.000.000 sebanyak 30 orang (25%), pendapatan Rp. 4.000.001 – Rp. 5.000.000 sebanyak 26 orang (21,7%) dan responden yang memiliki pendapatan rata-rata per bulan sebanyak > Rp. 5.000.000 sebanyak 41 orang (34,2%).

Rata-rata responden memilih bahwa dari 480 tanggapan responden terhadap variabel motivasi terdapat 409 atau 85,21%, variabel harga terdapat 271 atau 56,46%, variabel lokasi terdapat 378 atau 78,75% yang menjawab setuju dan sangat setuju, sedangkan variabel kemasan dari 360 tanggapan terdapat terdapat 145 atau 40,28%.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jambu Air**

Analisis regresi logistik adalah alat analisis untuk mengetahui pengaruh faktor motivasi, harga, lokasi, kemasan, usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai Chi Square tabel DF 1 (jumlah Variabel independen – 1) pada taraf signifikan 0,05 adalah sebesar 15,50, karena nilai Chi Square *Hosmer and Lemeshow* hitung  $5,594 < X^2$  tabel 15,50 yang menyatakan bahwa model dapat diterima dan pengujian Hipotesis dapat dilakukan. Sebab tidak ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya ( $H_0$  diterima).

*Pseudo R Square* ( $R^2$ ) untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, digunakan nilai *Cox & Snell R Square* dan *Nagelkerke R Square*. Nilai – nilai tersebut biasa disebut juga dengan *Pseudo R-Square*. Nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,449 dan Cox & Snell R Square 0,335, yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 0,449 atau 44,9% dan 55,1% faktor lain diluar model yang menjelaskan variabel independen. Menurut Ghazali (2005) bahwa nilai Nagelkerke  $R^2$  menunjukkan besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

**Uji Simultan (*Overall Test*)** merupakan pengujian signifikansi model untuk mengetahui pengaruh semua variabel penjelas terhadap variabel respon di dalam model secara bersama-sama (*overall*). *Omnibus Test Of Model Coefficients* dapat dilihat pada Tabel 1 :

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa selisih ( $-2 \text{ Log likelihood}$  sebelum variabel independen masuk model: 164,216 dikurangi  $-2 \text{ Log likelihood}$  setelah variabel independen masuk model: 115,249 = 48,967) adalah nilai chi-square 48,967. pada DF 7 dengan

signifikan sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga menolak  $H_0$ , nilai ini yang menunjukkan bahwa model dinyatakan fit.

Tabel 1. *Omnibus Test Of Model Coeficients*

|        |       | Chi-square | df | Sig.  |
|--------|-------|------------|----|-------|
| Step 1 | Step  | 48,967     | 7  | 0.000 |
|        | Block | 48,967     | 7  | 0,000 |
|        | Model | 48,967     | 7  | 0,000 |

Sumber : Data Primer Penelitian 2017

Hipotesis pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen adalah menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$  atau yang berarti ada pengaruh signifikan secara simultan motivasi, harga, lokasi, kemasan, usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian jambu air karena nilai *p value Chi-Square* sebesar 0,000 dimana  $< \alpha = 5\%$  (0,05) atau nilai *Chi-Square* hitung 46,967  $>$  *Chi-Square* tabel 14,067. Gujarati (2004) menyatakan bahwa jika nilai *Chi-square* model  $>$   $X^2$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan secara serempak terhadap variabel dependen.

Uji Parsial merupakan pengujian koefisien parameter secara parsial dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Wald. Hasil analisis data secara parsial dapat dilihat pada Tabel 2 yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

|                              | B      | S.E   | Wald   | df | Sig.  | Exp(B) | 95,0% C.I. For EXP(B) |       |
|------------------------------|--------|-------|--------|----|-------|--------|-----------------------|-------|
|                              |        |       |        |    |       |        | Lower                 | Upper |
| Step 1 <sup>a</sup> Motivasi | 0,110  | 0,113 | 0,952  | 1  | 0,329 | 1,116  | 0,895                 | 1,392 |
| Harga                        | 0,460  | 0,111 | 17,113 | 1  | 0,000 | 1,584  | 1,274                 | 1,970 |
| Lokasi                       | -0,169 | 0,099 | 2,896  | 1  | 0,089 | 0,845  | 0,845                 | 1,026 |
| Kemasan                      | 0,127  | 0,063 | 4,068  | 1  | 0,044 | 1,136  | 1,136                 | 1,285 |
| Usia                         | -0,004 | 0,224 | 0,000  | 1  | 0,985 | 0,996  | 0,996                 | 1,544 |
| Pendidikan                   | 0,228  | 0,451 | 0,256  | 1  | 0,613 | 1,256  | 1,256                 | 3,043 |
| Pendapatan                   | 0,606  | 0,243 | 6,213  | 1  | 0,013 | 1,833  | 1,833                 | 2,953 |
| constant                     | -9,375 | 3,014 | 9,675  | 1  | 0,002 | 0,000  | 0,000                 |       |

Sumber : Data Primer Penelitian 2017

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan terdapat beberapa variabel independen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen buah jambu air di pasar modern kawasan Semarang Tengah. Variabel motivasi mempunyai nilai Sig Wald 0,329  $>$  0,05 sehingga menerima  $H_0$  atau yang berarti motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan

pembelian jambu air. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Muhaimin (2010), bahwa semakin tinggi motivasi dan pengetahuan maka konsumen akan menyadari manfaat produk dan kandungan gizinya yang menyebabkan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut.

Harga mempunyai nilai Sig Wald  $0,000 > 0,05$  sehingga menolak  $H_0$  atau yang berarti harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jambu air. Semakin tinggi harga maka akan berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Lokasi mempunyai nilai Sig Wald  $0,089 > 0,05$  sehingga menerima  $H_0$  atau yang berarti lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jambu air. Kemasan mempunyai nilai Sig Wald  $0,044 > 0,05$  sehingga menolak  $H_0$  atau yang berarti harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jambu air.

Usia mempunyai nilai Sig Wald  $0,985 > 0,05$  sehingga menerima  $H_0$  atau yang berarti usia tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jambu air. Tingkat Pendidikan mempunyai nilai Sig Wald  $0,613 > 0,05$  sehingga menerima  $H_0$  atau yang berarti motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jambu air. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Nugroho (2011) bahwa makin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka makin mudah ia dapat menerima informasi dan inovasi baru yang dapat merubah pola konsumsinya. Pendapatan mempunyai nilai Sig Wald  $0,013 > 0,05$  sehingga menolak  $H_0$  atau yang berarti Pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jambu air.

Berdasarkan analisis data faktor internal yang mempengaruhi keputusan pembelian buah jambu adalah pendapatan dengan nilai Sig  $0,013 > 0,05$  dengan nilai  $b = 0,606$  yang bernilai positif. Pendapatan mempunyai positif dengan keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan pendapatan Setiadi (2003) yang menyatakan bahwa daya beli yang tersedia dalam suatu perekonomian yang bergantung pada pendapatan pada tingkat dan distribusi yang berbeda-beda. Pendapatan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Apabila pendapatan meningkat maka kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan semakin besar.

Faktor harga mempunyai nilai Sig Wald  $0,000 > 0,05$  dengan nilai  $B = 0,460$  yang bernilai positif, maka harga menunjukkan pengaruh signifikan positif dengan keputusan pembelian. Menurut pendapat Kotler dan Amstrong (2008) yang menyatakan bahwa harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan pembelian. Keyakinan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut oleh seseorang dalam menilai suatu produk untuk pengambilan keputusan pembelian.

Kemasan mempunyai nilai Sig Wald  $0,044 > 0,05$  dengan nilai  $B = 0,606$  yang bernilai positif, maka harga mempunyai hubungan positif dengan keputusan pembelian.

Kemasan menurut Kotler dan Amstrong (2008) bahwa kemasan yang menarik akan memberikan nilai tambah pada produk, semakin menariknya kemasan suatu produk maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu kemasan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan Tabel 2 faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah jambu air adalah pendapatan, dengan nilai  $B = 0,606$  sig. 0.013. Artinya ketika pendapatan meningkat maka probabilitas konsumen dengan pendapatan tinggi akan meningkat lebih besar dari pada kelompok konsumen yang berpendapatan lebih rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2008) yang menyatakan bahwa Faktor internal adalah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang berasal dari dalam diri konsumen itu sendiri.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa secara serempak faktor motivasi, harga, lokasi, kemasan, usia, tingkat pendidikan dan pendapatan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial variabel harga, kemasan, dan pendapatan menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian jambu air, sedangkan motivasi, lokasi, usia, dan tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian buah jambu air di pasar modern kawasan Semarang Tengah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Firdaus, M. dan M. A. Farid. 2008. Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih Untuk Manajemen dan Bisnis. IPB Press, Bogor.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, Joseph F. *et al.* 2006. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall
- Hariyanto. 1993. Jambu Air Jenis, Perbanyakan dan Perawatan. Penebar swadaya, Jakarta
- Kotler, P. 2000, Manajemen Pemasaran. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta.
- Nawawi, H.H. 2001. Metode Penelitian Bidang Sosial Cetakan Kesembilan. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Muhaimin, 2010. Manajemen Pendidikan dalam Aplikasinya dalam penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah /Madrasah, Jakarta : Kencana Prenada Mulia Group.
- Setiadi, N. 2003. Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran). Prenada Media, Jakarta.

Tjiptono, F. 2000. Strategi Pemasaran. Andi Offset, Yogyakarta.

Wasis. 2008. Pedoman Praktis Penelitian Kesehatan.

Wahyudi, Handri Dian. (2005). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang . Jurnal Eksekutif, Volume 2, Nomor 3, Desember 2005.

Gujarati N. Damodar. 2004. *Basic Econometrics fourth edition*. McGraw-Hill

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP BUAH JAMBU AIR  
(*Syzygium Samarangense Aqueum*) DI PASAR MODERN KAWASAN SEMARANG  
TENGAH**

---

**JURNAL**

---

**Oleh :**

**RESY ANASTASIA**



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2017**

