

**FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMPEK DI PASAR ATAS  
BATURAJA KECAMATAN BATURAJA TIMUR KABUPATEN OGAN  
KOMERING ULU**

***FACTORS INFLUENCING PURCHASING DECISIONS FOR PEMPEK IN THE  
UPPER MARKET OF BATURAJA, EAST BATURAJA SUB-DISTRICT, OGAN  
KOMERING ULU DISTRICT***

**Umi Safitri\*, Putri Ayu Ogari, Gribaldi**

Program Studi Agribisnis Universitas Baturaja  
Jln. Ki Ratu Penghulu Karang Sari Baturaja  
\*Email: safitriumi582@gmail.com  
(Diterima 10-04-2023; Disetujui 05-06-2023)

**ABSTRAK**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas Baturaja. Maka penulis ingin mengkaji lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas Baturaja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *accidental sampling*. Jumlah responden adalah 100 responden yang membeli pempek ikan dengan berbagai bentuk. Analisis yang digunakan meliputi regresi biner logistik, uji koefisien determinasi (Nigelkerke's R Square), uji hipotesis yang meliputi uji wald dan uji omnibus Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas Baturaja adalah harga (X1), kualitas pelayanan (X2), kualitas produk (X3), lokasi (X4), dan promosi (X5).

Kata kunci: Konsumen, Faktor Keputusan, Harga, Promosi

**ABSTRACT**

*The formulation of the problem in this study is what factors influence the decision to buy pempek in the Baturaja market. So the author wants to examine more deeply about the factors that influence the decision to continue buying pempek in the Baturaja market. The purpose of this research is to analyze the factors that influence the decision to buy pempek in the upper market. The research method used is survey method. The number of population in this study is not known with certainty. Sampling in this study was using "accidental sampling". The number of respondents was 100 respondents who bought fish pempek in various forms. The analysis used includes binary logistic regression, coefficient of determination test (Nigelkerke's R Square), hypothesis testing which includes the wald test and omnibus test. X1), service quality (X2), product quality (X3), location (X4), and promotion (X5).*

*Keywords: Consumers, Decision Factors, Price, Promotion*

**PENDAHULUAN**

Kota Baturaja terdapat berbagai jenis makanan khas salah satu nya “pempek” dengan berbagai jenis dan

harga. Pada abad ke-16 pempek sudah ada di daerah Palembang (Baturaja Radio, 2013).

Sejak tahun 1987 masyarakat Baturaja sudah mengenal pempek yang ada di Palembang, masyarakat belajar membuat sendiri berbagai macam pempek. Pada tahun 1990 sudah mulai ada penjual pempek di pasar atas maupun di pasar baru. Ada berbagai jenis pempek, antara lain; pempek lenjer, pempek kecil, pempek telur, pempek panggang, pempek kulit, pempek panjang, pempek lenggang (Rusti, 2015).

Sejak tahun 1990 pempek sudah ada di pasar atas Baturaja, bahkan pempek Baturaja sudah dikenal sampai ke Jakarta. Pada saat itu memang belum banyak seperti sekarang namun penjualan pempek ini seiring waktu bertambah banyak. Sehingga sekarang terdiri atas beberapa penjual seperti pempek H. Husin, pempek 88, pempek ipang, pempek komin, pempek vera, pempek berni, pempek cak may, pempek rusti, dan pempek harwin. Pempek menjadi salah satu alternatif snack dan jajanan yang sangat disukai masyarakat yang menjadikan pempek pilihan utama untuk dikonsumsi.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas Baturaja.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar atas/lama yang terletak di Jalan Warsita Kecamatan Baturaja Timur Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu, menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling* dimana dapat memilih siapa saja yang kebetulan ditemui.

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2022, dengan jumlah sampel 100 responden yang terdiri atas 8 penjual diambil 11 responden dan 1 penjual diambil 12 responden sehingga jumlah semua responden adalah 100 responden yang membeli pempek ikan dengan berbagai bentuk.

Teknik dalam pengumpulan data yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber utama yaitu konsumen membeli pempek melalui skala likert pada sampel, analisis data menggunakan regresi biner logistik.

Menurut Singgih dalam Zakia *et al.*, (2017) regresi biner logistik digunakan untuk melihat pengaruh sejumlah variabel *independent* ( $X_1, X_2, \dots, X_5$ ) terhadap variabel *dependent* Y yang berupa variabel response biner yang hanya mempunyai dua nilai. Regresi biner

logistik dalam penelitian ini digunakan persamaan sebagai berikut:

Bentuk umum model peluang regresi biner logistik dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$p(x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots + \beta_nx_n)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots + \beta_nx_n)}$$

Keterangan:

$p(x)$  = Keputusan Konsumen, dimana

1 : suka membeli pempek

0 : tidak suka membeli pempek

exp = Eksponen

Untuk memperoleh fungsi linier didapat persamaan yang lebih sederhana sebagai berikut:

$$Y = \ln \left[ \frac{p(x)}{1-p(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + \beta_6x_6 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Konsumen (Variabel dependen)

$p(x)$  = Peluang

$\beta_0$  = *Intercept*

$x_1$  = Harga

$x_2$  = kualitas pelayanan

1 : baik

0 : tidak baik

$x_3$  = kualitas produk

1 : baik

0 : tidak baik

$x_4$  = lokasi

1 : strategis

0 : tidak strategis

$x_5$  = promosi

e = Errors

Uji statistik yang digunakan yaitu:

1. Koefisien Determinasi  $R^2$  (*Negelkerke's R Square*)

Menurut Ghozali dalam Huda (2021), uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen.

2. Uji Parsial (Uji Wald)

Hasil pengujian secara parsial akan menunjukkan apakah suatu variabel independen layak untuk masuk dalam model atau tidak (Tampil *et al.* 2017)

3. Uji Simultan (*Omnibus Test of Model Coefficient*)

Menurut Ghozali dalam Damanik *et al.* (2021), uji omnibus (*omnibus test*) merupakan pengujian dengan model *chi square* yang menguji semua variabel independen secara simultan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan seluruh variabel independen.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak SPSS 21.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden yang didapat berkisar antara 16 sampai 51 tahun. Sampel terbesar terdapat pada golongan umur 21 sampai 25 tahun dengan persentase sebesar 32,00 persen. Data ini menunjukkan bahwa konsumen pempek yang ada di pasar atas Baturaja Kabupaten Oku tergolong dalam penduduk usia produktif, baik dari segi fisik maupun kematangan berfikir.

### Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas Baturaja kecamatan Baturaja Timur Kab. Oku

Hasil uji statistik omnibus dalam olahan data dengan analisis biner logistik,

didapat nilai sig = 0.000 atau kurang dari 0,05 yang berarti peluang keputusan adalah tolak H<sub>0</sub>, yang artinya ada faktor harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pempek. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dengan tingkat kepercayaan 95%. Adapaun hasil regresi biner logistik didapat nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.709 koefisien determinasinya adalah  $R^2 = 70,9\%$  yang berarti bahwa tingkat variasi model dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variable-variabel dalam model yaitu sebesar 70,9% sedangkan sisanya sebesar 29,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Biner Logistik Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pempek Di Pasar Atas Baturaja**

	Variables in the Equation					
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	EXP(B)
X1	-2,261	,764	8,767	1	,003	,104
X2	2,054	,655	9,839	1	,002	7,798
X3	3,477	1,121	9,617	1	,002	32,351
X4	1,944	,661	8,642	1	,003	6,985
X5	2,392	,753	10,085	1	,001	10,934
constan	24,465	7,722	10,039	1	,002	,000

$R^2 = 0,709$

\*\* = Berpengaruh sangat nyata 0,01

\* = Berpengaruh nyata 0,05

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari hasil di atas didapatkan model regresi biner logistic sebagai berikut:

$$Y = \ln \left[ \frac{p(x)}{1-p(x)} \right] = 0.000 - 0.104X_1 + 7.798X_2 + 32.351X_3 - 6.985X_4 + 10.934X_5 + e$$

Berdasarkan tabel 1, analisis hubungan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas Baturaja. Untuk lebih jelasnya hasil analisis akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Faktor Harga

Hasil regresi menunjukkan tanda koefisien negatif dengan nilai eksponen variabel harga pempek sebesar 0.104. Artinya, setiap harga pempek bertambah 1 rupiah, maka akan meurunkan peluang keputusan konsumen dalam menyukai pempek sebesar 0.104%. Setelah dilakukan uji wald ternyata diperoleh signifikansi sebesar 0.003 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa harga pempek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyukai dan membeli pempek. Meskipun harganya cukup tinggi namun kualitas yang mereka dapatkan sesuai dengan keinginan konsumen.

#### 2. Kualitas Pelayanan

Hasil regresi menunjukkan tanda koefisien positif dengan nilai eksponen variabel kualitas pelayanan pempek sebesar 7,798. Artinya, setiap kualitas

pelayanan pempek bertambah 1 tingkat, maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen dalam menyukai pempek sebesar 7,798%. Setelah dilakukan uji wald ternyata diperoleh signifikansi sebesar .002 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan konsumen pempek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyukai dan membeli pempek.

#### 3. Faktor Kualitas Produk

Hasil regresi menunjukkan tanda koefisien positif dengan nilai eksponen variabel kualitas produk pempek sebesar 32,351. Artinya, setiap kualitas pelayanan pempek bertambah 1 tingkat, maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen dalam menyukai pempek sebesar 32,351%. Setelah dilakukan uji wald ternyata diperoleh signifikansi sebesar .002 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pempek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyukai dan membeli pempek.

#### 4. Faktor Lokasi

Hasil regresi menunjukkan tanda koefisien positif dengan nilai eksponen variabel lokasi pempek sebesar 6,985. Artinya, setiap lokasi pempek berada pada lokasi yang strategis bertambah 1 tingkat,

maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen dalam menyukai pempek sebesar 6,985%. Setelah dilakukan uji wald ternyata diperoleh signifikansi sebesar .003 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa lokasi pempek yang strategis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyukai dan membeli pempek.

#### 5. Faktor Promosi

Hasil regresi menunjukkan tanda koefisien positif dengan nilai eksponen variabel promosi pempek sebesar 10,934. Artinya, setiap promosi pempek bertambah 1 tingkat, maka akan meningkatkan peluang keputusan konsumen dalam menyukai pempek sebesar 10,934%. Setelah dilakukan uji wald ternyata diperoleh signifikansi sebesar .001 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa promosi pempek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyukai dan membeli pempek.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pempek di pasar atas

Baturaja adalah harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, dan promosi.

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran kepada produsen/penjual pempek agar meningkatkan fasilitas sehingga konsumen merasa sangat nyaman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Baturaja Radio, (2013). Cara membuat pempek enak. <http://www.Baturajaradio.com>
- Huda, M.R. (2021) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pemilihan Karir Mahasiswa Akuntansi Sebagai Akuntan Publik (Studi pada Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Rusti, (2015). Pempek Rusti Baturaja. <http://pempeknasional.blogspot.com>
- Zakia, F., Safrida, S., & Zakiah, Z. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus Pasar Peunayong Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(1), 57-66.