



Analisis Karakteristik Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Keripik Balado (Studi Kasus Pada Usaha Keripik Balado Christine Hakim Kota Padang)

Herda Gusvita^{1*}, Gusriati², Sintia Rahmadani³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: herda.gusvita@gmail.com¹; gusriatimsi@gmail.com²; sintiarahmadani1299@gmail.com³

*Corresponding Author: herda.gusvita@gmail.com

Article History:

Received : 19/12/2022
Revised : 10/01/2022
Publish : 01/03/2023

Keywords:

Consumer
Characteristics, Balado
Christine Hakim Chips
Business Padang City

Abstract

This study aims to study the characteristics of Christine Hakim's Balado Chips consumers and to analyze the effect of these characteristics on the purchasing decisions of Balado Chips at the Balado Christine Hakim Chips Business, Padang City. This research was conducted in July - August 2021. The population in this study were Christine Hakim's Balado Chips consumers, with the criteria that consumers were 17 years old and consumers who had purchased Balado chips at Christine Hakim's Balado Chips Business. The method of determining the respondents was done by accidental sampling with the number of respondents 35 people. The data used are secondary and primary data. The analytical tool used is multiple linear regression with SPSS Version 20.0 program. The results showed that the consumer characteristics of the Balado Christine Hakim Chips Business in Padang City were at most 28 years old as many as 13 people (37.14%), female sex as many as 19 people (54.29%), consumers' occupations as civil servants and private employees respectively. -each as many as 13 people (37.14%), consumer education, namely S1 as many as 27 people (77.14%), consumer income ie 4,800,000-5,800,000/month as many as 17 people (48.57%), and domicile consumers outside the city of Padang as many as 21 people (60.00%). Partially, the variable that has a significant effect on the decision to buy Balado chips at the Balado Chips Business, Christine Hakim, Padang City is the income variable (sig 0.000 <0.05). While the simultaneous effect (together) is the variable age, education, income and domicile, with a coefficient of determination of 0.646 (64.6%).



Lisensi Creative Commons
Atribusi 4.0 Internasional.

PENDAHULUAN

Ubi kayu merupakan salah satu bahan baku agroindustri yang banyak di tanam baik secara lokal maupun nasional. Komoditi ubi kayu ini tergantung pada luas lahan yang digunakan untuk budidaya ubi kayu. Luas panen tanaman ubi kayu di Indonesia dari tahun 2015-2019 berfluktuasi, dari tahun 2015-2016 terjadi penurunan sebesar 82.421 Ha. Kemudian pada tahun 2017 terjadi peningkatan dan mengalami penurunan pada tahun 2018-2019 kembali. Luas panen ubi kayu ini berkaitan dengan produksi dari ubi kayu tersebut. Dalam 5 (lima) tahun terakhir (2015-2019) produksi ubi kayu di Indonesia yang tertinggi berada pada tahun 2018, Berkaitan dengan konsumsi ubi kayu per kapita/minggu di Indonesia pada lima tahun terakhir yaitu tahun 2015-2019, maka konsumsi tertinggi berada pada tahun 2017.

Sumatera Barat salah satu provinsi yang juga memberikan kontribusi terhadap produksi ubi kayu Nasional. Berdasarkan data BPS tahun 2019, produksi ubi kayu dari tahun 2014-2018 di Sumatera Barat berfluktuasi dimana dari tahun 2014-2018 mengalami penurunan namun pada tahun 2017 terjadi peningkatan dan ini seiring dengan penurunan luas lahan dari tahun 2014-2018. Berkurangnya luas lahan tentunya berpengaruh terhadap produksi ubi kayu di Sumatera Barat. Produksi ubi kayu di Sumatera Barat memberikan kontribusi sebesar 7,40% terhadap produksi nasional. Industri Keripik Balado Christine Hakim merupakan industri makanan yang mengolah berbagai makanan kecil seperti keripik balado. Keripik balado ini bisa dinikmati semua lapisan masyarakat yang ada di nusantara. Makanan dengan rasa pedas ini terbuat dari perpaduan ubi kayu putih dengan cabai giling serta bumbu-bumbu lainnya. Keripik balado menjadi pilihan para wisatawan yang datang ke Kota Padang untuk membeli makanan ini sebagai oleh-oleh. Tujuan penelitian adalah untuk mempelajari karakteristik konsumen pada Usaha Keripik Balado Christine Hakim dan menganalisis pengaruh karakteristik terhadap keputusan pembelian pada Usaha Keripik Balado Christine Hakim.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian yang digunakan yaitu deskriptif analitik. Nawawi (2003), menyatakan deskriptif analitik merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat. Fenomena dapat berupa bentuk, aktivitas, hubungan, karakteristik, serta persamaan maupun perbedaan antar fenomena. Bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan menggunakan angka yang menggambarkan karakteristik subjek yang diteliti.

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Oleh Oleh Usaha Keripik Balado Christine Hakim karena karakteristik konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Usaha Keripik Balado Christine Hakim. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Surakhmad (1998), metode *purposive* yaitu suatu cara penentuan lokasi dengan sengaja karena terdapat alasan-alasan diketahuinya sifat-sifat dari lokasi tersebut. Penelitian ini dilaksanakan selama Bulan Juli sampai Agustus 2021. Metode analisis data yang digunakan adalah metode nilai rata-rata (*mean*), koefisien determinasi dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20, dengan persamaan sebagai berikut :

- a) Untuk rumus nilai rata-rata mean

$$Me = \frac{\sum yi}{n} \qquad Me = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan:

Me = Rata-rata

$\sum xi$ = Jumlah nilai x ke-i sampai ke-n

$\sum yi$ = Jumlah nilai y ke-i sampai ke-n

n = Jumlah responden yang dirata-rata

- b) Analisis regresi linier berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = Usia

X_2 = Pendidikan
 X_3 = Pendapatan
 X_4 = Domisili
 e = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Penelitian

Kota Padang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat. Secara astronomis Kota Padang terletak antara $0^{\circ}44'$ dan $01^{\circ}08'$ lintang selatan serta antara $100^{\circ}05'$ dan $100^{\circ}34'$ bujur timur. Kota Padang memiliki 11 Kecamatan dan 104 Kelurahan. 11 Kecamatan tersebut adalah Bungus Teluk Kabung, Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, Padang Selatan, Padang Timur, Padang Barat, Padang Utara, Nanggalo, Kuranji, Pauh, Koto Tangah.

Profil Usaha Keripik Balado Christine Hakim

Pemilik Usaha Keripik Balado Christine Hakim adalah ibu Cristine Hakim, merupakan seorang ibu rumah tangga yang lahir pada tanggal 29 Agustus 1956 di Padang, saat ini terkenal sebagai pengusaha keripik balado yang usahanya dirintis sejak tahun 1990 yang pada awalnya hanya bermodal 100 kg ubi kayu, 50 kg minyak goreng dan 10 kg cabe serta 50 kg gula pasir. Usaha ini merupakan usaha keluarga. Pada tahun 2007, industri Keripik Balado Christine Hakim mendapat penghargaan dari Indonesia *Book of Record* karena memecahkan rekor sebagai toko oleh-oleh khas Sumatera Barat paling laku dan enak. Pada tanggal 2 Maret 2009, industri keripik balado Christine Hakim kembali mendapatkan penghargaan tahun ke 2 dari Indonesia *Book of Record* karena memecahkan rekor kembali sebagai toko oleh-oleh khas Sumatera Barat paling laku dan enak. Ibu Christine Hakim juga mengembangkan usahanya dengan membangun CHIP (Christine Hakim Idea Park). CHIP ini adalah Wisata Hiburan Keluarga yang berlokasi dekat Bandara International Minangkabau (BIM). Di kawasan kompleks CHIP terdapat juga Toko Kripik Balado Christine Hakim, Batik dan Kaos Christine Hakim Collection, *Food Court*, Waterpark dan berbagai fasilitas lainnya.

Karakteristik Responden

Konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah responden yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini karakteristik dilihat dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, dan domisili untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

1. Usia

Dapat dilihat bahwa responden yang berusia < 28 tahun sebanyak 13 orang (37,14%), usia 29-35 tahun sebanyak 9 orang (25,78%), usia 36-42 tahun sebanyak 8 orang (22,86%). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa konsumen keripik Balado Christine Hakim mayoritas berusia 29 tahun. Hal ini sejalan dengan pendapat Priyono (2006), bahwa usia < 30 tahun sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berkunjung.

2. Jenis Kelamin

Dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 16 orang (45,71%) sedangkan responden perempuan sebanyak 19 orang (54,71%). Menurut Mizfar dan Sinaga (2015), Jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

3. Pekerjaan

Dapat dilihat bahwa pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerjaan tertentu. Dilihat dari pekerjaan,

mahasiswa sebanyak 2 orang (5,71%), wirausaha sebanyak 7 orang (20,00%) pegawai swasta sebanyak 13 orang (37,14%), dan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 13 orang (37,14%). Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai pegawai swasta dan pegawai negeri sipil lebih sering mengunjungi Usaha Keripik Balado Christine Hakim dibandingkan dengan pekerjaan lain. Pekerjaan sangat erat hubungannya dengan kemampuan pembelian terhadap suatu barang baik dari segi kualitas maupun manfaatnya. Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh konsumen.

4. Tingkat Pendidikan

Dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan SLTA/ sederajat sebanyak 8 orang (22,86%), Strata I (SI) sebanyak 27 orang (77,14%). Artinya mayoritas konsumen keripik Balado Christine Hakim berpendidikan SI. Menurut Savira (2019), konsumen dengan pendidikan yang lebih tinggi juga melihat lebih jauh terhadap keburukan dan resiko dalam mengkonsumsi produk serta akan cenderung lebih berperilaku kritis dalam melakukan pembelian serta pemilihan produk.

5. Pendapatan

Dapat dilihat pendapatan responden keripik Balado Christine Hakim, pada pendapatan Rp. 1.500.000 sebanyak 1 orang, pendapatan Rp. 2.500.000-Rp. 3.600.000 sebanyak 2 orang, pendapatan Rp. 3.700.000-Rp. 4.700.000 sebanyak 14 orang (40,00%), pendapatan Rp. 4.800.000-5.800.000 sebanyak 17 orang (40,00%) dan pendapatan sebesar > 7000.000 sebanyak 1 Orang (2,85%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden keripik balado Christine Hakim memiliki pendapatan paling rendah yaitu < Rp. 1.500.000..

6. Domisili

Dapat dilihat bahwa responden pada Usaha Keripik Balado Christine Hakim berdomisili di Kota Padang sebanyak 14 orang atau 40% dan dari luar Kota Padang sebanyak 21 Orang 60%. Dengan adanya berbagai keripik balado di Kota Padang membuat banyak konsumen memilih untuk membeli keripik balado sebagai oleh-oleh untuk sanak keluarga dan kerabat dari hasil berwisata di suatu daerah khususnya dari berwisata ke Kota Padang.

Analisis Keputusan Pembelian

Tabel 4. Keputusan Pembelian Dalam Membeli Keripik Balado Christine Hakim

No	Keputusan pembelian	Rata-rata	Kategori
11	Saya membeli keripik balado di Toko Christine Hakim ini karena membutuhkannya untuk sebagai oleh-oleh	4,51	Sangat setuju
22	Sebelum membeli keripik balado disini saya sudah mengetahui bahwa toko Christine Hakim ini menyediakan keripik balado dan juga disediakan testernya	4,17	Sangat setuju
23	Sebelum saya membeli keripik balado saya sudah mencari informasi tentang keripik balado di toko Christine Hakim ini	4,06	Sangat setuju
34	Saya membeli keripik balado Christine Hakim ini karena kelezatannya	4,00	Sangat setuju
35	Saya memutuskan membeli keripik balado Christine Hakim karena sesuai dengan kebutuhan saya	4,23	Sangat setuju
36	Saya memutuskan membeli keripik balado di Christine Hakim karena suka dengan keripik balado di Christine Hakim	4,00	Sangat setuju
37	Setelah membeli keripik balado di Toko Christine Hakim ini saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli keripik balado di sini karena recommended	4,17	Sangat setuju

38	Saya membeli keripik balado Christine hakim karena tempatnya nyaman dan kemasannya bagus	3,91	Setuju
39	Saya membeli keripik balado Christine Hakim ini karena harganya yang terjangkau	4,00	Sangat setuju
	Jumlah	37,05	Setuju
	Rata-rata	4,08	Sangat setuju

Hal tersebut menjadi salah satu siklus yang mendukung dalam proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian terjadi melalui lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2005). Menurut Tjiptono (2012), keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Keripik Balado Christine Hakim

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linier berganda terdapat masalah masalah uji asumsi klasik. Untuk menganalisis terjadinya normalitas, dapat dilihat pada Grafik Normal P-Plot terdapat titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti garis tersebut. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji heteroskedastisitas yaitu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini disebabkan karena tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dibawah angka \hat{u} pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas sudah terpenuhi Pengujian multikolinieritas yang dilakukan terhadap 4 variabel dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$.

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi mengandung korelasi atau tidak diantara variabel pengganggu. diperoleh nilai uji Durbin Watson yaitu 1,715 dan nilai tersebut sesuai dengan pendapat Ghozali (2018), yaitu apabila nilai DW berada diantara nilai DU sampai 4-DU atau 1,998 terletak diantara 1,650 sampai 2,350 maka tidak terjadi autokorelasi atau tidak ada variabel pengganggu.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian keripik balado Christine Hakim digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS for windows release 20.0. Analisis regresi linier berganda dilakukan setelah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. dirumuskan model regresi linier berganda tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen keputusan pembelian sebagai berikut:

$$Y = 3,024 - 0,021 X_1 - 0,005 X_2 + 0,358 X_3 - 0,131 X_4$$

Persamaan tersebut memiliki makna:

a. Konstanta (b_0)

Nilai konstanta yaitu sebesar 3,024 menunjukkan jika variabel usia (X_1), pendidikan (X_2), pendapatan (X_3), domisili (X_4) diasumsikan sama dengan nol (konstan), maka perilaku konsumen (Y) sebesar 3,024 satuan bermakna bahwa keputusan konsumen dalam membeli keripik balado Christine Hakim.

b. Koefisien Regresi (b_1) Usia (X_1)

Nilai koefisien regresi pada variabel Usia sebesar $-0,021$ yang menunjukkan bahwa Usia berbanding terbalik dengan keputusan pembelian. Apabila Usia seseorang meningkat maka akan menyebabkan penurunan keputusan pembelian sebesar $0,021$ pada satuan skala *likert*. Menurut Elisabeth dalam Wawan dan Dewi (2010), usia adalah umur individu yang dihitung mulai dari saat dilahirkan sampai berulang tahun. Semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berpikir dan bekerja. Kepercayaan masyarakat seseorang lebih dewasa dipercaya dari orang yang belum tinggi kedewasaannya. Hal ini akan sebagai dari pengalaman dan kematangan jiwa.

c. Koefisien Regresi (b_2) Pendidikan (X_2)

Nilai koefisien regresi pada variabel pendidikan sebesar $-0,005$ yang menunjukkan bahwa pendidikan berbanding terbalik dengan keputusan pembelian. Apabila pendidikan suatu konsumen bertambah dalam 1 level, maka akan menyebabkan penurunan keputusan pembelian dalam keputusan membeli keripik balado Christine Hakim sebesar $0,005$ pada satuan skala *likert*. Hasil penelitian ini berbeda dengan pendapat Sumarwan (2011), yang menyatakan pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

d. Koefisien Regresi (b_3) Pendapatan (X_3)

Nilai koefisien regresi pada variabel pendapatan sebesar $0,358$ yang menunjukkan bahwa pendapatan berbanding lurus dengan keputusan pembelian. Apabila pendapatan suatu konsumen bertambah 1 juta, maka akan menyebabkan peningkatan keputusan pembelian dalam keputusan membeli keripik balado Christine Hakim sebesar $0,358$ pada satuan skala *likert*.

e. Koefisien Regresi (b_4) Domisili (X_4)

Nilai koefisien regresi pada variabel domisili sebesar $-0,131$ yang menunjukkan bahwa domisili berbanding terbalik dengan keputusan pembelian. Apabila domisili seorang konsumen dekat dengan lokasi pembelian keripik balado Christine Hakim, dalam kota maka akan menyebabkan penurunan keputusan pembelian keripik balado Christine Hakim sebesar $0,131$ pada satuan skala *likert*.

Konstanta (b_0) yaitu sebesar $3,024$ menunjukkan jika variabel usia (X_1), pendidikan (X_2), pendapatan (X_3), domisili (X_4) diasumsikan sama dengan nol (konstan), maka perilaku konsumen (Y) akan meningkat sebesar $3,024$ satuan bermakna bahwa keputusan konsumen dalam membeli keripik balado Christine Hakim. Nilai variabel perilaku konsumen (Y) tergantung pada variabel Usia, Pendidikan, Pendapatan, Domisili.

2. Uji F (Uji Secara Simultan)

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2,512	4	0,628	13,689	0,000 ^b
Residual	1,377	30	0,046		
Total	3,889	34			

a. Dependent Variable: K. pembelian

b. Predictors: (Constant), DOMISILI, PNDPTN, PNDDKN, USIA

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji F diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan tingkat signifikansinya $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara serempak variabel usia, pendidikan, pendapatan dan domisili berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik balado di Usaha

Keripik Balado Christine Hakim.

Hasil penelitian yang didapatkan sejalan dengan penelitian Marbun (2014), diperoleh tingkat sig $0,000 < 0,05$, dan nilai F-hitung $> F$ -tabel ($17,679 > 2,34$). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Hesti (2014), bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh nilai F-hitung = $4,697 < F$ –tabel = $2,704$ dan sig $0,00 > 0,05$.

3. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji parsial dimaksudkan untuk mengetahui variabel usia (X_1), pendidikan (X_2), pendapatan (X_3), domisili (X_4), berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) keripik balado.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,024	0,364		8,307	0,000		
USIA	-0,021	0,033	-0,078	-0,634	0,531	0,782	1,278
PNDDKN	-0,005	0,022	-0,026	-0,232	0,818	0,955	1,048
PNDPTN	0,358	0,050	0,787	7,204	0,000	0,989	1,011
DOMISILI	-0,131	0,083	-0,192	-1,584	0,124	0,801	1,249

a. Dependent Variable: K. pembelian

Usia (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,634$ (sig $0,531 > 0,05$) yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel usia. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Melia Irmanita (2014), dimana hasil penelitiannya menyatakan faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan usia adalah bagian dari faktor pribadi. Dalam penelitiannya diperoleh nilai t hitung sebesar ($0,027 < 0,05$).

Pendidikan (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,232$ (sig $0,818 > 0,05$) yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pendidikan, dengan kata lain bahwa pendidikan merupakan faktor yang tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Usaha Keripik Balado Christine Hakim. Hal ini dikarenakan data yang didapatkan di lapangan pengunjung keripik balado lebih dominan pegawai, sehingga menyebabkan pekerjaan konsumen disana tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini berbeda dengan pendapat Elok Balya (2017) pendidikan konsumen akan berpengaruh pada kemampuan untuk menerima dan juga kemampuan dalam mengambil keputusan dalam pembelian.

Pendapatan (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar $7,204$ (sig $0,00 < 0,05$) yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan oleh pendapatan, dengan kata lain bahwa pendapatan merupakan faktor yang mempengaruhi secara signifikan keputusan pembelian Konsumen Usaha Keripik Balado Christine Hakim. Hal ini berbeda dengan pendapat Umar Khasan (2018) mengemukakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian White Coffe dikarenakan harga White Coffe yang relatif murah sehingga konsumen tetap bisa mengkonsumsi.

Domisili (X_4) diperoleh nilai t hitung sebesar $-1,584$ (sig $0,124 > 0,05$) yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga ditarik kesimpulan bahwa domisili merupakan faktor yang tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Usaha Keripik Balado Christine Hakim. Hal ini dikarenakan data yang didapatkan dilapangan

pengunjung keripik balado lebih dominan berasal dari luar Kota Padang. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Septhani (2011), mengemukakan bahwa variabel domisili berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi 0.341.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (usia, pendidikan, pendapatan dan domisili) dapat menerangkan variabel terikat (keputusan pembelian konsumen). Analisis koefisien determinasi (R^2) dinyatakan dalam angka presentase. Berikut merupakan hasil Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	0,804 ^a	0,646	0,599	0,21421	1,715

a. Predictors: (Constant), DOMISILI, PNDPTN, PNDDKN, USIA

b. Dependent Variable: K.pembelian

Pada Tabel 4 diperoleh nilai R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,646 artinya 64,6% variabel bebas yaitu (usia, pendidikan, pendapatan, dan domisili) memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (keputusan konsumen) keripik alado pada Usaha Keripik Balado Christine Hakim Kota Padang. Sedangkan sisanya 0,354 atau sebesar 35,4% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model yang digunakan.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,804 atau sebesar 80,4%, artinya korelasi antara variabel bebas (usia, pendidikan, pendapatan dan domisili) dengan variabel terikat (keputusan konsumen) termasuk kategori korelasi sangat kuat dan searah (positif). Kategori yang sangat tinggi artinya nilai R semakin mendekati 1 berarti variabel bebas nilainya tinggi, maka variabel terikat juga tinggi. Hal ini sesuai dengan kriteria yang diberikan Sarwono (2006), yaitu :

- 1) 0 = Tidak ada korelasi antara dua variabel
- 2) $>0-0,25$ = Korelasi sangat lemah
- 3) $> 0,25-0,5$ = Korelasi cukup
- 4) $> 0,5-0,75$ = Korelasi kuat
- 5) $> 0,75-0,99$ = Korelasi sangat kuat
- 6) 1 = Korelasi sempurna

Hal ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hesti (2014), menyatakan bahwa korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat termasuk kategori sangat kuat dan searah dengan nilai koefisien korelasi 0,824 (82,4%).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen Usaha Keripik Balado Christine Hakim Kota Padang paling banyak berusia ≤ 28 tahun sebanyak 13 orang (37,14%), jenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang (54,29%), pekerjaan konsumen sebagai PNS dan Pegawai Swasta masing-masing sebanyak 13 orang (37,14%), pendidikan konsumen yaitu S1 sebanyak 27 orang (77,14%), pendapatan konsumen yaitu 4.800.000-5.800.000/bulan sebanyak 17 orang (48,57%), dan domisili konsumen di luar Kota Padang sebanyak 21 orang (60,00%).
2. Secara parsial variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik balado di Usaha Keripik Balado Christine Hakim Kota Padang adalah variabel pendapatan (sig 0,000 < 0,05). Sedangkan yang berpengaruh simultan (bersama-bersama) adalah

variabel usia, pendidikan, pendapatan dan domisili, dengan koefisien determinasi sebesar 0,646 (64,6%).

DAFTAR PUSTAKA

- Surakhmad, Winarno. 1998. Pengantar Penelitian Ilmiah. Tarsito. Bandung.
- Nawawi, H Hadari. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif, Cetakan ke-7. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2017) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Instan. Jurnal Sepa (Social Economic And Agribusiness Journal), 11(2), 175-180.
- Savira B.C. dan Sri Suryoko. 2019. Pengaruh Keragaman Menit, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'cost Seafood Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 6, No.3.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. PT Indeks Kelompok. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi. Jogjakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sarwono, Jonathan. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif. Ilmu graha ilmu. Yogyakarta
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.