

## Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sirop Parijoto di Kabupaten Kudus

Farah Amalia Harviana<sup>1\*</sup>, Heru Irianto<sup>2</sup>, Setyowati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret

\*Email: farahamaliaharviana@gmail.com

---

### Abstrak

Parijoto (*Medinilla speciosa*) adalah salah satu tanaman obat potensial di Indonesia yang dikenal sebagai tanaman khas Kudus. Sekarang ini telah banyak berkembang usaha olahan dari buah parijoto di Kabupaten Kudus yang salah satunya adalah sirop parijoto. Terdapat 6 produsen sirop parijoto di Kabupaten Kudus yang rata-rata terpusat di Desa Colo. Terletak di area yang berdekatan membuat beberapa produsen harus saling bersaing agar usahanya tetap bertahan. Memahami faktor-faktor seperti budaya, sosial, psikologis, dan pribadi yang memengaruhi keputusan konsumen menjadi penting guna membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan faktor yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus. Metode dasar penelitian adalah deskriptif analitis dan penentuan lokasi penelitian secara *purposive*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 60 responden dengan penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda sebagai alat analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen sirop parijoto di Kabupaten Kudus adalah mayoritas berumur 26-35 tahun, berdomisili di Kecamatan Jati dengan pendidikan terakhir SMA, dan berstatus ibu rumah tangga dengan pendapatan sekitar Rp1.000.001 – Rp2.000.000. Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dan faktor yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus adalah faktor budaya.

Kata kunci: Keputusan pembelian, Parijoto, Regresi linear berganda

---

### Abstract

*Parijoto (Medinilla speciosa) is one of the potential medicinal plants in Indonesia which is known as a typical Kudus plant. Currently, many processed parijoto fruit businesses have developed in Kudus Regency, one of which is parijoto syrup. There are 6 parijoto syrup producers in Kudus Regency, which are mostly centered in Colo Village. Located in a close area, several producers must compete with each other in order to keep their business afloat. Understanding the cultural, social, psychological and personal factors that influence consumer decisions is important to help companies design more effective and relevant marketing strategies. This study aims to determine consumer characteristics, factors that influence purchasing decisions, and factors that dominantly influence purchasing decisions for parijoto syrup in Kudus Regency. The basic research method is descriptive analytical and purposive determination of research locations. The sample in this study amounted to 60 respondents with sample determination using accidental sampling technique. This study uses multiple linear regression as data analysis tools. The results showed that the characteristics of parijoto syrup consumers in Kudus Regency are that the majority are 26-35 years old, live in Jati District with the last high school education, are housewives with an income of around IDR 1,000,001 - IDR 2,000,000. Factors that influence purchasing decisions for parijoto syrup in Kudus Regency are cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors and the factors that dominantly influence purchasing decisions for parijoto syrup in Kudus Regency are cultural factors.*

*Keywords: Multiple linear regression, Parijoto, Purchasing decision*

---

## PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat Indonesia mengenai pola hidup sehat kini menjadi sebuah tren dan gaya hidup di era modern. Fenomena ini mengarah pada peningkatan kebutuhan fasilitas kesehatan, termasuk bahan pangan bergizi. Pangan bergizi memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan dan kesejahteraan. Salah satu sumber bahan yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pangan bergizi adalah tanaman obat. Parijoto (*Medinilla speciosa*) adalah salah satu tanaman obat potensial di Indonesia yang dikenal karena keindahan daun dan bunganya serta kandungan flavonoid yang berkhasiat sebagai antioksidan dan pengatur metabolisme glukosa, sehingga berguna dalam penanganan diabetes. Tanaman ini juga mengandung saponin yang mempunyai aktivitas antitumor dan tanin yang bermanfaat sebagai antibakteri (Vifta & Advistasari, 2018). Beberapa lokasi ditemukannya tanaman ini dijelaskan oleh Milanda *et al.* (2021), yaitu antara lain Gunung Kinabalu di Kalimantan, Gunung Merapi di Yogyakarta dan Gunung Muria di Kudus, Jawa Tengah. Meskipun tersebar di beberapa daerah, tanaman ini diklaim sebagai tanaman khas Kudus karena banyak dijual di sekitar Pegunungan Muria.

Tanaman parijoto di Kabupaten Kudus sangat mudah ditemui mengingat permintaan parijoto di Kabupaten Kudus sebagian besar dipengaruhi oleh mitos tentang buah ini yang sudah tersebar luas ke jagad nusantara, parijoto dielu-elukan sebagai salah satu warisan Sunan Muria. Hanum *et al.* (2017) menjelaskan bahwa konsumsi buah parijoto sudah dilakukan secara turun temurun sejak kisah istri Sunan Muria. Sejak saat itu masyarakat berkeyakinan bahwa mengonsumsi parijoto saat sedang hamil akan menghasilkan anak yang cerdas, cakap, serta berperilaku baik. Parijoto dengan dominan rasa sepat dan pahit ini biasanya dikonsumsi masyarakat dengan dicampurkan pada rujak atau pecel, tetapi sekarang ini telah banyak berkembang usaha produk turunan dari buah parijoto di Kabupaten Kudus menjadi suatu olahan dengan rasa enak dan bernilai jual. Olahan yang mudah ditemui di Kabupaten Kudus adalah sirop parijoto. Sirop parijoto ini merupakan olahan pertama sebelum munculnya berbagai olahan lainnya dan telah menjadi produk unggulan karena paling banyak diminati oleh konsumen. Sirop parijoto sering dipilih sebagai obat herbal oleh perempuan yang menjalani program hamil, tidak hanya karena mitos yang berkembang saja, tetapi juga berdasarkan data dari *American Pregnancy Association* yang menunjukkan bahwa antioksidan dalam sirop parijoto dapat mengurangi efek radikal bebas dan meningkatkan kualitas sel telur.

Tabel 1. Daftar Produsen Sirop Parijoto di Kabupaten Kudus

No	Nama Produsen	Lokasi
1	Alammu	Colo RT 01 RW 01 Dawe, Kudus
2	Zalda Muria	Colo RT 02 RW 01 Dawe, Kudus
3	Meethos Parijoto	Colo RT 02 RW 04 Dawe, Kudus
4	The sinom's	Colo RT 04 RW 03 Dawe, Kudus
5	JTM (Jotho Muria)	Colo RT 01 RW 03 Dawe, Kudus
6	Munjiyat	Colo RT 04 RW 03 Dawe, Kudus

Tabel 1 menjelaskan bahwa di Kabupaten Kudus terdapat 6 produsen sirop parijoto yang rata-rata terpusat di Desa Colo. Terletak di area yang berdekatan membuat beberapa produsen harus saling bersaing agar usahanya tetap bertahan. Kompetisi yang semakin intens di antara para pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis membuat para produsen harus terus menerapkan strategi yang efektif dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Selain dari hal tersebut, pelaku agribisnis sirop parijoto juga harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, dengan cara mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sirop parijoto. Pengetahuan yang komprehensif tentang preferensi dan perilaku konsumen menjadi kunci untuk mengarahkan strategi bisnis yang tepat dan memastikan kelangsungan usaha yang berkelanjutan (Oktaviani, 2022).

Memahami faktor-faktor seperti budaya, sosial, psikologis, dan pribadi yang memengaruhi keputusan konsumen menjadi penting guna membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan. Pemahaman tentang keputusan pembelian dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan perusahaan dari pesaingnya, dengan kata lain, memahami keputusan pembelian adalah langkah penting untuk meraih keberhasilan dalam bisnis (Kotler dan Armstrong, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen sirop parijoto di Kabupaten Kudus, mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus, dan mengetahui faktor yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode dasar berupa metode deskriptif analitis yang Menurut Yelly (2019) metode tersebut merupakan suatu cara untuk memecahkan masalah melalui penggambaran suatu objek. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Kudus dengan metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*. Pertimbangan dalam penentuan

lokasi penelitian didasarkan karena di lereng Pegunungan Muria, Desa Colo banyak ditemui penjual sirop parijoto. Menurut Iswaila dan Norhabiba (2023) terdapat sedikitnya enam UMKM yang bergerak pada olahan parijoto di Desa Colo. Adanya mitos mengenai parijoto yang melingkupi masyarakat Kudus menjadi faktor lain yang memperkuat untuk dipertimbangkan. Penentuan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kudus yang pernah mengonsumsi sirop parijoto dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. 60 responden dalam penelitian ini akan dibagi dengan total UMKM sirop parijoto di Kabupaten Kudus yang berjumlah 6 UMKM. Hasilnya setiap UMKM akan diwakili oleh 10 konsumen yang akan menjadi responden dengan kriteria yaitu perempuan yang minimal berusia 17 tahun, berdomisili di Kabupaten Kudus, dan pernah atau sedang membeli sirop parijoto setidaknya satu kali. Penelitian ini dilakukan pada periode Maret 2024 hingga Mei 2024.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa karakteristik responden dan data penilaian responden. Data tersebut diperoleh secara *offline* melalui wawancara langsung, *online* melalui *google form*, dan dengan observasi langsung. Data sekunder yang digunakan yaitu profil dan gambaran umum Kabupaten Kudus, data mengenai konsumen, serta data-data pendukung yang diperoleh dari beberapa instansi terkait seperti BPS, Dinas Pertanian dan Perdagangan, dan UMKM. Teknik pengumpulan data pada penelitian dilakukan dengan observasi, kuesioner, dan pencatatan. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Inti dari analisis ini menurut Ikhsanudin *et al.* (2023) adalah untuk merinci dan menjelaskan keterkaitan sebab-akibat di antara variabel-variabel independen dan variabel dependen, sehingga diketahui pemahaman yang lebih mendalam terkait hubungan tersebut. Tahapan uji yang dilakukan meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), dan uji hipotesis (uji  $R^2$ , uji F, dan uji T).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Umum Daerah Penelitian

Kabupaten Kudus merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang secara astronomis terletak pada posisi 110°36' - 110°50' Bujur Timur (BT) dan antara 6°51' - 7°16' Lintang Selatan (LS). Luas wilayah Kabupaten Kudus tercatat sebesar 42.516 hektar. Kabupaten Kudus memiliki topografi datar hingga bergelombang, dengan ketinggian rata-

rata sekitar 23 meter di atas permukaan laut. Secara geografis, Kabupaten Kudus berada di dataran rendah dengan tanah yang subur dan dikenal gembur, serta iklimnya mayoritas beriklim tropis basah. Hal ini dapat mendukung perkembangan parioto karena menurut Tanamal *et al.* (2017), tanaman parioto tumbuh baik pada tanah yang berhumus tinggi dan lembab pada ketinggian 800 sampai 2.300 meter di atas permukaan laut serta memerlukan kelembaban dengan iklim tropis dataran rendah. Berdasarkan data BPS Tahun 2023, penduduk dengan usia produktif di Kabupaten Kudus lebih mendominasi jumlahnya jika dibandingkan dengan penduduk tidak produktif. Nilai *sex ratio* adalah 99,54 yang menunjukkan bahwa setiap 100 penduduk berjenis kelamin perempuan terdapat 100 penduduk berjenis kelamin laki-laki. Penduduk di Kabupaten Kudus sadar akan pentingnya pendidikan yang ditandai dengan sudah banyaknya penduduk yang menyelesaikan program wajib belajar 12 tahun. Penduduk dengan pekerjaan buruh/karyawan/pegawai mendominasi yaitu sebesar 268.945 penduduk.

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dikaji meliputi gambaran umum mengenai latar belakang dan keadaan responden. Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan konsumen sirop parioto di Kabupaten Kudus. Sebanyak 60 orang menjadi responden dalam penelitian ini. Karakteristik responden pada penelitian ini ditinjau berdasarkan umur, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan per bulan.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Total
Umur	17-25	7
	26-35	25
	36-45	20
	46-55	7
	55-65	1
Domisili	Bae	6
	Dawe	13
	Gebog	4
	Jati	14
	Jekulo	4
	Kaliwungu	6
	Kota	6
	Mejobo	5
	Undaan	2
Pendidikan Terakhir	SD	2
	SMP	3
	SMA	32
	S1	19

Karakteristik	Keterangan	Total
	S2	3
Pekerjaan	Pegawai Negeri/BUMN	5
	Pegawai Swasta	14
	Wiraswasta	15
	Ibu Rumah Tangga	17
	Lainnya	9
Pendapatan	≤ Rp1.000.000	16
	Rp1.000.001-Rp2.000.000	18
	Rp2.000.0001-Rp3.000.000	8
	Rp3.000.0001-Rp4.000.000	6
	Rp4.000.0001-Rp5.000.000	5
	> Rp5.000.000	7

Berdasarkan Tabel 2, konsumen sirop parijoto didominasi oleh konsumen dari rentang umur 26 tahun hingga 35 tahun dengan jumlah sebanyak 25 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa sirop parijoto ini rata-rata dikonsumsi oleh konsumen berusia dewasa awal. Konsumen terbanyak berasal dari Kecamatan Jati karena menurut data BPS Kabupaten Kudus Tahun 2023, jumlah penduduk perempuan terbanyak di Kabupaten Kudus berada di Kecamatan Jati yaitu berjumlah 56.219 jiwa. Menurut Rezky dan Syahnur (2017), jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi. Pendidikan terakhir terbanyak berasal dari lulusan SMA, yang dapat diartikan bahwa sebagian besar responden telah mencapai tingkat pendidikan yang memadai dan kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden memiliki pemahaman yang lebih baik dan kemampuan analisis yang lebih matang terhadap informasi terkait produk atau layanan sirop parijoto. Sebagian besar responden mempunyai pendapatan di rentang Rp1.000.001-Rp2.000.000 per bulan yang mayoritas bekerja sebagai ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga menjadi yang paling dominan karena menurut Octavia *et al.* (2019), seorang ibu rumah tangga merupakan pembuat keputusan dalam hal penggunaan obat yang dalam penelitian ini dijelaskan bahwa sirop parijoto tergolong sebagai obat herbal.

### **Perilaku Pembelian Responden**

Perilaku pembelian merujuk pada proses bagaimana seseorang mengambil keputusan dalam membeli barang. Karakteristik dan latar belakang yang berbeda dari responden menyebabkan perbedaan dalam perilaku pembelian. Dimensi atau indikator perilaku pembelian pada penelitian ini meliputi waktu terakhir kali responden melakukan pembelian, tempat pembelian, lama waktu mengonsumsi, rutin atau tidaknya dalam mengonsumsi, dan frekuensi pembelian.

Tabel 3. Perilaku Pembelian Responden

Perilaku Pembelian	Keterangan	Total
Pembelian Terakhir	< 1 bulan yang lalu	13
	1 – 6 bulan yang lalu	13
	7 – 12 bulan yang lalu	8
	> 1 tahun yang lalu	26
Tempat Pembelian	Pasar	18
	Toko/Warung	31
	Online Shop	9
	Bazar UMKM	2
Waktu Konsumsi	< 1 bulan	17
	1 – 6 bulan	15
	7 – 12 bulan	7
	> 1 tahun	21
Kebiasaan Konsumsi	Rutin	19
	Tidak	41
Frekuensi Pembelian	0 kali	1
	1 kali	20
	2 kali	20
	3 kali	9
	4 kali	10

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa banyak responden yang melakukan pembelian lebih dari satu tahun yang lalu. Sirop parijoto biasanya dikonsumsi oleh perempuan yang sedang dalam program hamil, hal ini menjelaskan mengapa banyak responden tidak melakukan pembelian lagi dalam waktu dekat setelah melakukan pembelian awal, karena kebutuhan responden terhadap produk tersebut sudah terpenuhi selama masa kehamilan dan tidak berlanjut setelahnya. Tempat yang banyak dikunjungi responden untuk melakukan pembelian sirop parijoto adalah toko atau warung dan mayoritas sudah mengonsumsi sirop parijoto dalam kurun waktu lebih dari satu tahun lamanya. Responden yang memang cocok dengan produk ini biasanya melakukan pembelian lagi pada saat kehamilan anak berikutnya. Berdasarkan kebiasaan konsumsi sirop parijoto, lebih dari setengah responden cenderung tidak rutin saat mengonsumsinya dan hanya melakukan frekuensi pembelian sebanyak 1 hingga 2 kali. Ridanar *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa frekuensi pembelian berkaitan dengan jumlah kebutuhan dalam keluarga responden. Oleh karena itu, pola pembelian ini mungkin mencerminkan kebutuhan yang terbatas atau spesifik dalam keluarga yang bersangkutan.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa kesalahan dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Asumsi normalitas ini merupakan salah satu prasyarat utama dalam banyak uji statistik dan model regresi, karena pelanggaran terhadap asumsi ini dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil analisis. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,98469921
Most Extreme Differences	Absolute	0,098
	Positive	0,067
	Negative	-0,098
One Sample Kolmogorov-Smirnov		0,098
Asymp. Sig. (2-Tailed)		0,200

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan angka sebesar 0,200 yang diperoleh dari uji normalitas. Tingkat signifikansi yang ditetapkan dalam penelitian ini sebesar 0,05, artinya nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* 0,200 lebih besar dari tingkat signifikansi. Mengacu pada pendapat Susanto & Pratomo (2024) yang menyatakan apabila nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak terdapat masalah normalitas dalam penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah proses untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan linear yang kuat di antara variabel independen dalam sebuah model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen memiliki hubungan yang sangat erat, sehingga membuat sulit untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel secara terpisah. Cara mendeteksi multikolinearitas pada penelitian ini yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
X1 (Budaya)	0,432	2,315
X2 (Sosial)	0,685	1,460

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
X3 (Pribadi)	0,591	1,693
X4 (Psikologis)	0,443	2,255

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari 4 variabel berturut-turut yaitu 0,432; 0,685; 0,591; dan 0,443, sedangkan nilai VIF yaitu sebesar 2,315; 1,460; 1,693; dan 2,255. Keempat variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Merujuk pada hal tersebut dapat dilihat bahwa variabel independen pada penelitian ini tidak saling berhubungan atau dengan kata lain terbebas dari multikolinearitas. Selain itu, menurut Al-Ghifari dan Khusnudin (2022) tidak berlangsungnya korelasi di antara variabel bebas ini dapat menunjukkan baiknya model regresi yang digunakan.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi kondisi saat varians dari *error terms* tidak konstan di seluruh tingkat variabel independen. Cara yang digunakan dalam melihat adanya heteroskedastisitas pada penelitian ini yaitu dengan uji *Spearman rho*. Uji *Spearman rho* dilakukan dengan melihat nilai absolut residual yang diregresikan terhadap variabel independen.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig. (2-Tailed)
X1 (Budaya)	0,669
X2 (Sosial)	0,795
X3 (Pribadi)	0,614
X4 (Psikologis)	0,646

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Spearman rho* menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikansi (*Sig.*) lebih besar dari 0,05. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dan residual. Dengan demikian, pada pengujian model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Wahyudi (2021) bahwa pada metode uji *Spearman rho* suatu model regresi dianggap tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika nilai *sig. 2-tailed* ( $> 0,05$ ).

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antara residual dari suatu model regresi. Menurut Ahmad dan Badri (2022) untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka dapat menggunakan metode *Durbin-Watson*. Nilai statistik yang

dihasilkan pada metode *Durbin-Watson* digunakan untuk menentukan apakah terdapat autokorelasi positif, negatif, atau tidak ada autokorelasi di antara residual.

Tabel 7. Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,822	0,676	0,652	2,055604	1,956

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* pada penelitian adalah 1,956. Nilai *Durbin-Watson* akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan taraf signifikansi 5%, dengan jumlah sampel sebanyak 60 ( $n = 60$ ) dan jumlah variabel independen 4 ( $K = 4$ ). Berdasarkan tabel *Durbin-Watson* diperoleh nilai  $dL = 1,4443$  dan nilai  $dU = 1,7274$ . Nilai DW lebih besar dari batas atas ( $dU$ ) dan kurang dari ( $4-dU$ ) atau  $dU < DW < 4-dU$  yaitu  $1,7274 < 1,956 < 2,2726$ , sehingga model regresi pada penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

### Uji Hipotesis

#### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dalam menjelaskan pengaruh variasi variabel independen terhadap variabel dependen.  $R^2$  memberikan proporsi variansi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menjelaskan variasi data.

Tabel 8. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,822	0,676	0,652	2,055604

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,652 atau 65,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya, sosial, psikologis, dan pribadi memengaruhi variabel keputusan pembelian sirup parijoto sebanyak 65,2%. Adapun sisanya yaitu sebesar 34,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian seperti rasa, harga, kualitas produk, promosi, dan yang lainnya. Selain itu, nilai *adjusted R square* sebesar 0,652 ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen dan variabel dependen dapat dikatakan cukup kuat karena menurut Utami & Widati (2022) jika nilai koefisien determinasi mendekati angka 1, maka pengaruhnya semakin kuat.

### Uji Signifikansi Bersama-sama (Uji F)

Uji bersama-sama digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Ini membantu peneliti memahami apakah model regresi secara keseluruhan memberikan penjelasan yang baik terhadap variabel dependen. Uji F juga berguna dalam proses pemilihan model, terutama ketika menambahkan atau menghapus variabel dari model regresi.

Tabel 9. Uji Signifikansi Bersama-sama (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	481,181	4	121,045	28,646	0,000***
Residual	232,403	55	4,226		
Total	495,733	59			

Keterangan:

\*\*\*: Signifikan pada tingkat kepercayaan 99% ( $\alpha = 0,01$ )

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setelah dilakukan uji F dengan tingkat kepercayaan 99% adalah sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari  $\alpha = 0,01$ . Artinya variabel budaya, sosial, psikologis, dan pribadi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian yang dimana hal ini menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis yang telah disusun oleh peneliti. Hal ini disebabkan keempat variabel tersebut dapat merangsang konsumen untuk melakukan suatu pembelian seperti yang dikatakan oleh Harahap (2015) bahwa terdapat empat faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu sosial, budaya, pribadi, dan psikologis.

### Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T atau parsial digunakan untuk menilai signifikansi individu dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,031	1,845		1,101	0,276
X1 (Budaya)	0,301	0,125	0,281	2,401	0,020**
X2 (Sosial)	0,265	0,118	0,208	2,246	0,029**

X3 (Pribadi)	0,286	0,115	0,249	2,492	0,016**
X4 (Psikologis)	0,259	0,113	0,263	2,285	0,026**

Keterangan:

\*\* : Signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ )

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh fungsi matematis hasil uji regresi linear berganda untuk faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus sebagai berikut:

$$Y = 2,031 + 0,301X1 + 0,265X2 + 0,286X3 + 0,259X4 + e$$

Keterangan:

Y : keputusan pembelian

X1 : budaya

X2 : sosial

X3 : pribadi

X4 : psikologis

e : *margin error*

Dapat diketahui nilai konstanta sebesar 2,031, yang artinya apabila semua variabel independen yaitu variabel budaya, sosial, psikologis, dan pribadi sebesar 0 atau pengaruhnya konstan, maka variabel dependen yaitu keputusan pembelian sirop parijoto sebesar 2,031 dan bernilai positif. Tabel 10 menunjukkan bahwa variabel budaya, sosial, psikologis, dan pribadi berturut turut memiliki nilai konstanta sebesar 0,301; 0,265; 0,286; dan 0,259. Artinya seluruh variabel independen tersebut memiliki pengaruh positif atau menunjukkan adanya hubungan yang searah terhadap variabel dependen keputusan pembelian sirop parijoto.

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat nilai signifikansi (*Sig.*) dari variabel budaya yaitu sebesar 0,020. Jadi nilai signifikansi dari variabel budaya lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dengan tingkat kepercayaan 95%, artinya pada penelitian ini faktor budaya secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus. Hal ini sesuai dengan pendapat Wardandy *et al.* (2022) bahwa faktor kebudayaan tercermin dalam elemen sosial dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian. Adanya hubungan positif di antara faktor budaya dan keputusan pembelian sirop parijoto diketahui karena adanya pengakuan beberapa responden yang menyatakan bahwa mitos yang beredar mengenai buah parijoto memengaruhi keputusan pembelian. Tradisi terkait konsumsi parijoto ataupun produk olahannya saat mitoni (selamatan tujuh bulanan untuk ibu hamil) juga menjadi faktor pendorong signifikan bagi responden dalam

memutuskan untuk membeli sirop parijoto. Selain itu, keputusan pembelian yang dilakukan responden diketahui juga karena produk ini merupakan produk khas daerah dan mudah diperoleh.

Nilai signifikansi (*Sig.*) dari variabel sosial yaitu sebesar 0,029. Jadi nilai signifikansi dari variabel sosial lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dengan tingkat kepercayaan 95%, artinya pada penelitian ini faktor sosial secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus. Hal ini sesuai dengan pendapat Pratama dan Saino (2021) bahwa faktor sosial merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat menjadi stimulus terhadap keputusan pembelian konsumen. Responden menjelaskan bahwa keluarga sering menjadi sumber utama dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama dalam konteks produk kesehatan seperti sirop parijoto. Selain itu, saudara dan tetangga juga memainkan peran penting karena sering berbagi informasi dan pengalaman tentang penggunaan produk herbal ini dalam percakapan sehari-hari, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian responden. Selain keluarga, saudara, dan tetangga, teman dan penjual yang ditemui juga berkontribusi dalam keputusan pembelian sirop parijoto.

Nilai signifikansi (*Sig.*) dari variabel psikologis yaitu sebesar 0,016. Jadi nilai signifikansi dari variabel psikologis lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dengan tingkat kepercayaan 95%, artinya pada penelitian ini faktor psikologis secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus. Hal ini sesuai dengan pendapat Oktaviano *et al.* (2022) bahwa faktor psikologis memengaruhi cara konsumen menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya serta keputusan pembelian yang diambil konsumen. Hubungan yang signifikan antara faktor psikologis dan keputusan pembelian sirop parijoto terjadi karena produk ini sesuai dengan berbagai aspek kehidupan responden, seperti usia, kebutuhan, dan gaya hidup sehat. Usia menjadi salah satu pertimbangan penting karena sirop parijoto merupakan produk yang cocok untuk dikonsumsi perempuan dengan status ibu atau yang akan menjadi ibu. Manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh sirop parijoto, seperti peningkatan sistem kekebalan tubuh dan penyubur kandungan dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan melalui gaya hidup sehat membuat sirop parijoto menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen.

Nilai signifikansi (*Sig.*) dari variabel pribadi yaitu sebesar 0,026. Jadi nilai signifikansi dari variabel pribadi lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dengan tingkat kepercayaan 95%,

artinya pada penelitian ini faktor pribadi secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus. Hal ini sesuai dengan pendapat Hudani (2020) yang menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh sifat-sifat kepribadian konsumen yang bersangkutan. Hubungan yang saling berpengaruh antara faktor pribadi dan keputusan pembelian dapat terjadi karena adanya motivasi, keyakinan, keinginan, dan pengetahuan responden terhadap produk. Motivasi merupakan dorongan internal yang membuat seseorang tertarik dan bersemangat untuk membeli sirop parijoto. Selain itu, keyakinan terhadap manfaat sirop parijoto juga memainkan peran penting. Selanjutnya, keinginan pribadi yang mendalam untuk mencoba atau menggunakan sirop parijoto juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pengetahuan tentang produk, baik dari segi manfaat, cara penggunaan, maupun bahan-bahan yang digunakan, memberikan keyakinan tambahan kepada konsumen.

#### **Faktor yang Secara Dominan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sirop Parijoto di Kabupaten Kudus**

Faktor yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus dapat dilihat dari persamaan regresi yaitu pada nilai dengan *standardized coefficients* B (koefisien regresi). Dilihat dari nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen pada Tabel 10 maka variabel yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus yaitu variabel budaya. Hal tersebut disebabkan karena faktor budaya menurut Pratita *et al.* (2018) adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Budaya lokal yang kaya akan tradisi dan kepercayaan memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat di Kudus. Selain itu, keputusan pembelian sirop parijoto juga didorong oleh fakta bahwa produk ini merupakan produk khas Kabupaten Kudus. Banyak responden merasa bangga dengan produk lokal dan cenderung memilih produk yang mudah diperoleh di sekitar mereka. Ketersediaan yang tinggi dan identitas produk sebagai bagian dari warisan budaya lokal menambah daya tarik bagi konsumen untuk memilih sirop parijoto.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah karakteristik konsumen sirop parijoto di Kabupaten Kudus yaitu mayoritas berumur 26-35 tahun, berdomisili di Kecamatan Jati dengan pendidikan terakhir SMA. Kebanyakan konsumen berasal dari kalangan ibu rumah tangga dengan pendapatan sekitar Rp1.000.001 – Rp2.000.000. Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus adalah

faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sirop parijoto di Kabupaten Kudus adalah faktor psikologis karena faktor tersebut berperan besar dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian. Saran yang dapat diberikan adalah berdasarkan karakteristik konsumen yang telah diidentifikasi, produsen sirop parijoto dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan penelitian lebih lanjut bisa membantu mengidentifikasi media dan pesan pemasaran yang paling sesuai untuk menjangkau segmen pasar utama. Melihat bagaimana faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berkontribusi terhadap keputusan pembelian dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model yang lebih canggih untuk memperkirakan keputusan pembelian berdasarkan kombinasi dari keempat faktor tersebut. Bagi produsen sirop parijoto, disarankan juga untuk tetap mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk sirop parijoto yang diproduksi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. J., & Badri, J. (2022). Pengaruh Inflasi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2021. *Jurnal Economina*, 1(3): 679-689.
- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2): 421-434.
- American Pregnancy Association. Diakses pada 2024. *Boost your Fertility with Supplements*.
- BPS. (2023). Kabupaten Kudus dalam Angka 2023. Badan Pusat Statistik
- Hanum, A. S., Prihastanti, E., & Jumari, J. (2017). Ethnobotany of Utilization, Role, and Philosophical Meaning of Parijoto (*Medinilla*, Spp) on Mount Muria in Kudus Regency, Central Java. In *AIP Conference Proceedings*, 1868(1).
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3): 227-242.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2): 99-107.
- Ikhsanudin, Istiyono, E., & Syamsuddin, S. (2023). Efek Besaran Simpangan Baku Sampel Terhadap Nilai Residu dalam Analisis Regresi Berganda Tiga Variabel Bebas. *Statistika*, 23(2): 88-95.
- Iswaila, M., & Norhabiba, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen Sirup Parijoto (Studi Kasus pada Sirup Parijoto Merek Alammu). *The Commercium*, 7(1): 123-134.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17 Edition)*. New York: Pearson.
- Milanda, T., Lestari, K., & Tarina, N. T. (2021). Antibacterial Activity of Parijoto (*Medinilla Speciosa* Blume) Fruit Against *Serratia Marcescens* and *Staphylococcus Aureus*. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*, 8(2): 76-85.
- Octavia, D. R., Zakaria. M. S., & Nurafifah, D. (2019). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Swamedikasi yang Rasional di Lamongan. *Surya*, 11(03), 1-8.
- Oktaviani, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Parijoto Menggunakan Metode Marketing Mix (Studi Kasus: CV. Seleksi Alam Muria). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oktaviano, D. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil (Studi pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2): 46-54.
- Pratama, A. B., & Saino, S. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 13(4): 630-637.
- Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 3(4), 497-503.
- Rezky, M. A., & Syahnur, S. (2017). Konsumsi Masyarakat Urban di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 285-296.
- Ridanar, N. P., Handayani, S. M., & Adi, R. K. (2021). Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Beras di Kabupaten Sragen. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS* (pp. 867-875). Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Susanto, A., & Pratomo, D. (2024). Analisis Perbedaan Average Abnormal Return dan Trading Volume Activity Sebelum dan Sesudah Vaksinasi Covid-19 di Indonesia (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi). *eProceedings of Management*, 11(1): 554-560.
- Tanamal, M.T., Papilaya, P.M., & Smith, A. (2017). Kandungan Senyawa Flavonoid pada Daun Melinjo (*Gnetum gnemon* L.) Berdasarkan Perbedaan Tempat Tumbuh. *BIOPENDIX: Jurnal Biologi, Pendidikan Dan Terapan*, 3(2), 142-147.
- Vifta, R. L., & Advistasari, Y. D., (2018). Skrining Fitokimia, Karakterisasi dan Penentuan Kadar Flavonoid Total Ekstrak dan Fraksi-Fraksi Buah Parijoto (*Medinilla speciosa* B.). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 1)*.
- Wahyudi, A. (2021). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, Penerapan Sistem E-Billing, Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2): 299-308.
- Wardandy, I. S., Mukson, M., & Prastiwi, W. D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 18(1): 1-16.

Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian  
Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari, 21 September 2024  
e ISSN : 2774-1982  
DOI : <https://doi.org/10.47687/snppvp.v5i1.1100>

Yelly, P. (2019). Analisis Makhluk Superior (Naga) dalam Legenda Danau Kembar (Kajian Semiotika Roland Barthes; Dua Pertandaan Jadi Mitos). *Jurnal Serunai Bahasa Indonesia*, 16(2): 121-125.