

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian

The Influence of Knowledge Purchasing Decisions

Vivin Tri Nadya¹, Lu' Lu Ul Maknunah²

¹⁻²Universitas Islam Balitar Blitar
E-mail: vivinnadya11@gmail.com¹

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 1 Maret 2024 Disetujui: 20 Maret 2024 Diterbitkan: 30 Maret 2024 Hal. 54-61	Salah satu sektor yang terjadi pembangunan perekonomian di Indonesia adalah sektor pertanian. Buah adalah salah satu permata dalam berkebun di rumah. Durian merupakan salah satu buah terbaik yang terdapat di Indonesia. Perusahaan yang membudidayakan tanaman secara vegetatif seperti stek, cabang, tempel, cangkok, dan kultur jaringan disebut dengan perusahaan pembibitan buah. Tujuan dari pembibitan tanaman buah di Desa Pagergunung Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar adalah untuk memenuhi kebutuhan benih buah bagi para produsen. Penelitian ini menggunakan desain penelitian survei berbasis kuesioner. Wawancara dan observasi mengungkapkan bahwa UD. Tiga Putri Buah memiliki tiga puluh klien, banyak di antaranya adalah pembeli benih durian. Karena responden dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang, maka penulis memasukkan seluruh 100 peserta tersebut. Hasil beberapa penelitian: Keputusan pembelian (Y) dipengaruhi secara negatif atau negatif oleh pengetahuan bisnis (X).
Kata Kunci: Pengetahuan Bisnis; Keputusan Pembelian; Bibit Buah Durian	
Keywords: <i>Business Knowledge; Purchasing Decisions; Durian Fruit Seeds.</i>	ABSTRACT <i>One of the sectors in which economic development occurs in Indonesia is the agricultural sector. Fruit is one of the gems of home gardening. Durian is one of the best fruits found in Indonesia. A company that grows plants vegetatively, such as cuttings, branches, paste, grafts, and tissue culture, is known as a fruit seedling company. The goal of the fruit plant nursery in Pagergunung Village, Kesamben District, Blitar Regency, is to supply the fruit seed needs of the producers. This study employs a questionnaire-based survey research design. Interviews and observations have revealed that UD. Tiga Putri Buah has thirty clients, many of them are durian seed buyers. Since there were only 100 respondents in this study, the author included all 100 participants. Results of some research: Purchasing decisions (Y) are negatively or negatively impacted by business knowledge (X).</i>

PENDAHULUAN

Industri pertanian satu diantara beberapa sektor yang mengalami kemajuan perekonomian di wilayah Indonesia. Petani kecil, peternakan, masyarakat, perikanan (yang mencakup perikanan laut dan darat) dan kehutanan, semuanya dianggap sebagai bagian dari sektor pertanian dalam arti luas (Mubyarto, 1989). Industri primer di Indonesia dan yang menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduknya masih berupa pertanian.

Selain itu, industri pertanian mempunyai banyak manfaat bagi perekonomian Indonesia dan kepentingan umum negara tersebut (Khairuddin, 2002). Sektor pertanian yakni sektor yang berkontribusi sangat besar untuk ekonomi nasional. Hortikultura merupakan subsektor pertanian yang penting. Dari sekian banyak produk pertanian Indonesia, hortikultura merupakan komoditas yang memiliki potensi pengembangan yang besar.

Jika ditangani dengan benar, melimpahnya tanaman hortikultura di Indonesia, termasuk tanaman hias, tanaman obat, dan sayuran, dapat menjadikan kegiatan berkebun menjadi sangat menguntungkan (Direktorat Hortikultura, 2016). Karena besarnya nilai ekonomi barang-barang hortikultura, para petani kecil dan masyarakat secara keseluruhan mungkin dapat mencari nafkah dari industri ini, menengah, dan besar, karena menawarkan keuntungan berupa nilai tukar yang tinggi. Keberagaman hayati, ketersediaan lahan dan sumber daya teknis, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan pasar dalam negeri dan luar negeri.

Salah satu hal yang sangat berharga dalam berkebun di rumah adalah buah. Salah satu buah paling penting di Indonesia adalah durian. Bersama dengan buah-buahan lainnya, buah durian memiliki prospek finansial yang cukup positif.

Peningkatan penjualan buah durian dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa masyarakat semakin menyukai buah durian, terutama di kota-kota besar Indonesia. Durian Indonesia merupakan produk hortikultura yang memiliki potensi besar baik di pasar lokal maupun ekspor, terbukti dengan tingginya permintaan. Tanaman durian adalah tanaman dengan prospek masa depan yang cerah di sektor pertanian.

Sejak di Indonesia, pabrik-pabrik durian telah memasuki pasar internasional seperti China, Hong Kong, Malaysia, Vietnam, Timur Tengah, Arab Saudi, Qatar, dan negara-negara Eropa seperti Belanda dan Portugal. Provinsi Sulawesi Selatan adalah salah satu wilayah terbesar penghasil durian di Indonesia, bersama dengan Sumatera Utara, Jawa Timur, dan Kalimantan. Saat ini minat petani terhadap pengembangan usaha tani buah semakin meningkat.

Hal ini tidak terlepas dari dukungan penuh pemerintah untuk memaksimalkan pengembangan dan perluasan logistik benih/perkebunan. Jumlah permintaan buah di dalam dan luar negeri juga meningkat. Selain itu, masih banyak lahan produktif di Indonesia yang belum dimanfaatkan secara optimal (Handayani, 2017). Buah durian tinggi kalori, vitamin, lemak dan protein. Pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatan per kapita telah meningkatkan kebutuhan konsumsi buah durian (Randy, 2020).

Peluang komersial durian sangat bagus, varietasnya juga beragam di Indonesia dan berbuah sepanjang tahun. Durian lokal memiliki kualitas rasa yang sangat baik. Meski banyak durian impor, misalnya dari Thailand, durian lokal tetap memiliki penggemarnya. Dengan pemilihan bibit unggul dan teknik pengelolaan yang baik, varietas durian lokal mampu bersaing dengan varietas durian asing lainnya, sehingga budidaya durian harus ditangkap sebagai peluang bisnis yang prospeknya bagus.

Usaha bibit buah adalah usaha yang mengembangkan tanaman secara vegetatif, seperti reproduksi aseksual, cabang, pasta, cangkok, dan kultur jaringan. Keuntungan dari metode ini adalah tanaman memiliki sifat yang sama dengan sifat asli induknya, yang mempercepat atau mempersingkat masa pertumbuhan tanaman muda atau belum dewasa. Kebun buah ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan petani buah, sehingga produksi buah dalam negeri dan konsumsi buah meningkat.

Pemerintah berupaya meningkatkan produksi buah-buahan melalui pengembangan agribisnis untuk memenuhi kebutuhan buah-buahan lokal. Namun tanpa peningkatan kualitas, peningkatan *output* ini tidak akan cukup. Tujuan dari pembibitan tanaman buah di Desa Pagergunung, Kesamben, Kabupaten Blitar adalah untuk memenuhi kebutuhan benih buah bagi para produsen. Berawal dari ambisinya mengoleksi tanaman jeruk dan buah naga pada tahun 2008–2009, minat Pak Hariyono terhadap pertanian khususnya buah-buahan tumbuh. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 dan hanya dioperasikan oleh pemilik individu. Lalu seberapa besar pengaruh pengetahuan?

Penyelidikan ini mengarah pada dilakukannya penelitian ini. Mengingat permintaan buah durian yang tinggi di Indonesia, mendirikan perusahaan buah durian sepertinya merupakan ide yang

bagus. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi siapa pun yang ingin memulai usaha budidaya buah, khususnya yang menanam buah durian.

METODE PENELITIAN

Penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari studi asosiatif kausal adalah untuk membangun hubungan antara dua variabel. Hipotesis yang dikembangkan dari penelitian ini berfungsi untuk memahami, mengatur, dan memprediksi suatu peristiwa tertentu.

Variabel independen dan variabel dependen saling berkaitan dalam hubungan sebab akibat ini (Sugiyono, 2016). Jenis pembelajaran ini bersifat metodis, terorganisir, dan terstruktur; itu menggunakan analisis statistik. Pelanggan yang membeli bibit durian dari UD dikirimkan kuesioner sebagai bagian dari proses pengumpulan data untuk penelitian ini.

Tiga Putri Buah setuju untuk menanggapi dan menyelesaikan survei. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden dengan meminta mereka bereaksi terhadap serangkaian pernyataan atau pertanyaan. Fokus penelitian adalah dampak pengetahuan bisnis pertanian terhadap keputusan pembelian benih durian.

Populasi penelitian ini adalah pembeli yang sudah memiliki atau menanam bibit durian UD. Tiga putri buah. Dari hasil pengumpulan data berupa wawancara dan observasi diketahui bahwa UD. Tiga Putri Buah dilindungi oleh tiga puluh orang, terutama mereka yang membeli bibit durian. Karena sampel 100% diperoleh jika populasi mempunyai tanggapan kurang dari 100, oleh karena itu sampel yang diambil adalah populasi seluruhnya. Meskipun demikian, ketika terdapat > 100 responden, populasinya mungkin mencakup 10% –20% dari total populasi (Arikunto, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, Jenis kelamin, usia, dan alamat merupakan kriteria yang digunakan untuk merekrut responden deskriptif untuk survei ini. Mengetahui ciri-ciri apa saja yang dimiliki responden setelah mengisi kuesioner merupakan tujuan dari analisis karakteristik responden. Oleh karena itu, dibentuklah klasifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan alamat *web* untuk memudahkan identifikasi karakteristik responden.

Dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden, 66,7% Perempuan dan 33,3% laki-laki. Sebanyak 10 responden atau 33.3%. berusia sekitar 41-50 tahun. Mayoritas responden yang membeli bibit durian di UD. Tiga Putri Buah tinggal di wilayah Kabupaten Blitar dan Kabupaten Malang.

Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian

Tiga indikator yang membentuk variabel Pengetahuan Bisnis (X); indikator-indikator tersebut digunakan sebagai pernyataan dalam kuesioner, dengan satu pernyataan untuk setiap indikator. Mengambil risiko komersial, mengevaluasi prospek perusahaan, dan menyusun strategi pemecahan masalah merupakan variabel indikator (X). Untuk memudahkan pemahaman pembaca terhadap hasil item angket, peneliti mengkategorikan pernyataan-pernyataan yang terdapat pada variabel (X).

Tabel 1. Variabel Pengetahuan Bisnis (X)

Item	Skor Jawaban											
	1 (STS)		2 (TS)		3 (RR)		4 (S)		5 (SS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X.1	0	0	0	0	2	6.7	10	33.3	18	60.0	30	100.0
X.2	0	0	0	0	2	6.7	10	33.3	18	60.0	30	100.0
X.3	0	0	0	0	4	13.3	16	53.3	10	33.3	30	100.0

Data Tabel 1 menunjukkan bahwa responden mencakup rentang kategori jawaban untuk setiap item pernyataan (X.1). Konsumen sadar akan bahaya yang terkait dengan pengambilan risiko bisnis

di industri penanaman durian. Dari tiga puluh responden, delapan belas orang setuju, dua orang ragu-ragu, dan delapan belas orang sangat setuju.

Pelanggan memiliki keahlian untuk memanfaatkan prospek usaha industri budidaya durian seperti terlihat pada tabel (X.2). Sepuluh orang setuju, dua orang ragu-ragu, dan delapan belas orang sangat setuju dari tiga puluh jawaban. Pelanggan memiliki keahlian untuk merancang solusi atas permasalahan yang mungkin timbul dalam industri budidaya buah durian, seperti terlihat pada tabel (X.3). Sepuluh orang sangat setuju, enam belas orang setuju, dan empat orang menyatakan keberatan dari tiga puluh orang yang menjawab.

Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Variabel Keputusan Pembelian (Y) terdiri dari lima indikator, dan kuesioner mempunyai satu pernyataan untuk masing-masing indikasi tersebut. Indikator dapat digunakan sebagai pernyataan. Terdapat beberapa variabel indikator (Y), antara lain identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi pilihan, proses pengambilan keputusan atas pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Untuk memudahkan pemahaman pembaca terhadap hasil item angket, peneliti mengkategorikan pernyataan-pernyataan yang terdapat pada variabel (Y).

Tabel 2. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	Skor Jawaban											
	1 (STS)		2 (TS)		3 (RR)		4 (S)		5 (SS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	0	0	0	0	2	6.7	11	36.7	17	56.7	30	100.0
Y.2	0	0	0	0	2	6.7	11	36.7	17	56.7	30	100.0
Y.3	0	0	0	0	4	13.3	16	53.3	10	33.3	30	100.0
Y.4	0	0	2	6.7	4	13.3	12	40.0	12	40.0	30	100.0
Y.5	0	0	1	3.3	3	10.0	12	40.0	14	46.7	30	100.0

Diketahui responden mewakili kelompok jawaban yang berbeda-beda untuk setiap item pernyataan (Y.1) berdasarkan data pada Tabel 2. Untuk kebutuhan usaha buah durian, pelanggan memilih untuk membeli bibit durian di UD. Tiga Putri Buah Kesamben Blitar. Dari 30 responden, 17 orang sangat setuju, 11 orang setuju, dan 2 orang ragu.

Pelanggan pada tabel (Y.2) memilih untuk membeli benih durian dari UD. Tiga Putri Buah Kesamben Blitar karena selama ini mencari informasi mengenai industri buah durian. Dari 30 responden, 17 orang sangat setuju, 11 orang setuju, dan 2 orang unsur. Menyusul pembelian produk buah-buahan lainnya, klien pada tabel (Y.3) memilih untuk membeli bibit durian di UD. Tiga Putri Buah Kesamben Blitar. Dari 30 responden, 10 orang sangat setuju, 16 orang setuju, dan 4 orang ragu.

Karena pengetahuan pelanggan mengenai industri buah durian seperti terlihat pada tabel (Y.4), maka pelanggan memilih untuk membeli bibit durian di UD. Tiga Putri Buah Kesamben Blitar. Dari 30 responden, 12 orang sangat setuju, 12 orang setuju, 4 orang unsur, dan 2 orang tidak setuju. Klien akan melakukan pembelian bibit durian kembali di UD seperti terlihat pada tabel (Y.5). Buah Kesamben Blitar, Tiga Putri Dari tiga puluh responden, empat belas sangat setuju, dua belas setuju, tiga ragu, dan satu tidak setuju bahwa perusahaan durian pelanggan akan berfungsi dengan sukses.

Uji Validitas

Kapasitas suatu instrumen untuk mengukur apa yang ingin diukur dan tidak adanya kesalahan dalam penafsiran data ditentukan oleh validitas. Apabila suatu instrumen mampu mengukur apa yang diukur maka dianggap valid. Pada uji dua sisi diperoleh derajat kebebasan ($df = n-2 = 28$) sebesar 0,3610 (diperoleh dari r-tabel) dan nilai r-tabel sebesar $\alpha = 0,05$. Memanfaatkan perangkat lunak SPSS, verifikasi validitas dilakukan. Sebagaimana dikemukakan Rusman (2015), kriteria yang digunakan dalam pemeriksaan validitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen valid dan sebaliknya

b. Apabila probabilitas (sig) lebih besar dari 0.05 maka instrumen valid dan sebaliknya

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode Item	R Hitung	R Tabel 5%	Sig2-tailed	Hasil
1	Pengetahuan Bisnis (X)	X1	0,815	0,36	0.001	Valid
		X2	0,850	0,36	0.001	Valid
		X3	0,826	0,36	0.001	Valid
2	Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,786	0,36	0.001	Valid
		Y2	0,766	0,36	0.001	Valid
		Y3	0,833	0,36	0,001	Valid
		Y4	0,749	0,36	0,001	Valid
		Y5	0,630	0,36	0,001	Valid

Validitas Tabel 3 menunjukkan bahwa Korelasi Pearson lebih tinggi dari 0,36 yang ditunjukkan oleh hasil pengujian. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan ini mengukur hal yang sama karena nilai krusial korelasi r produk adalah 5%. Hal ini menunjukkan bahwa ada pula yang diperoleh secara sah dan layak untuk dipelajari. Hasilnya, data diterima karena memenuhi kriteria.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas umumnya menunjukkan bahwa pengukuran yang dilakukan dengan item yang sama pada instrumen yang sama bebas dari kesalahan dan konsisten sepanjang waktu. Semua pernyataan harus diuji reliabilitasnya secara kolektif. Menurut Ghazali (2012), Jika nilai alpha suatu instrumen lebih tinggi dari 0,6 maka dianggap dependen. Sebaliknya instrumen dikatakan tidak dapat dipercaya apabila nilai alpha-nya kurang dari 0,6. Halaman terkait mencetak hasil uji reliabilitas, yang ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
1	Pengetahuan Bisnis (X)	0,774	Reliabel
2	Keputusan Pembelian (Y)	0,811	Reliabel

Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,811 dan untuk variabel Pengetahuan Bisnis (X) sebesar 0,774 untuk temuan pengujian reliabilitas. Karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan seluruh data dianggap memenuhi kriteria ketergantungan.

Uji Normalitas

Tujuan pengujian normalitas adalah guna mengetahui sebaran sampel terdistribusi secara teratur ataukah tidak teratur. Pengujian ini menggunakan Kolmogorof-Smirnov, berdasarkan kemungkinan, perangkat lunak SPSS dapat menentukan apakah data terdistribusi normal atau tidak. Distribusi model regresi dikatakan sebaran data normal jika probabilitasnya melebihi 0,05; distribusi regresi dinyatakan tidak terdistribusi secara normal merupakan hasil probabilitas yang kurang dari 0,05 (Santoso 2012). Berikut evaluasi pendekatan Kolmogorof-Smirnov (*K-S Test*).

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean
	.0000000

	Std. Deviation	2.70295908	
Most Extreme Differences	Absolute	.132	
	Positive	.099	
	Negative	-.132	
Test Statistic		.132	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.195	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.193	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.183
		Upper Bound	.203

Pada tabel Uji Normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,195 lebih dari 0,05 yang menunjukkan bahwa distribusi model regresi ini adalah normal. Hal ini ditunjukkan oleh tabel yang terletak di atas.

Uji Heteroskedastisitas

Dengan menguji heteroskedastisitas maka dapat diketahui ada atau tidaknya penundaan perubahan yang terjadi pada model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Uji Glejser merupakan pendekatan yang digunakan dalam prosedur heteroskedastisitas. Menurut Gozali (2012), heteroskedastisitas tidak akan terjadi bila nilai sig. yang dihasilkan melalui pengujian Glejser $> \alpha$ (0,05) untuk setiap variabel independen. Dalam hal ini kita melakukan homoskedastisitas, yang berarti varians sisa adalah sama untuk semua variabel. Temuan uji heteroskedastisitas menggunakan pengujian Glejser disajikan pada Tabel 5, dan sesuai dengan analisis eksplorasi yang digunakan:

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.925	2.351		.393	.697
Pengetahuan Bisnis	.097	.176	.104	.552	.585

Seperti terlihat pada Tabel 6, Tabel Uji Heteroskedastisitas variabel Pengetahuan Bisnis (X) mempunyai nilai sig. yakni 0,585 $>$ nilai α yakni 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwa tidak adanya tanda-tanda heteroskedastisitas.

Uji Parsial T

Untuk menjelaskan secara parsial variabel terikat pada setiap kejadian, tujuan dari pengujian T adalah guna menguji dan mengetahui besarnya pengaruh *dependent variable* yang digunakan dalam penelitian kali ini. Ini bertujuan untuk lebih mengetahui hubungan antar variabel. Unsur-unsur penelitian akan diperhatikan dalam pengambilan keputusan, yakni:

- a. Bila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yang berarti variabel independen berpengaruh positif atau besar terhadap variabel dependen, maka hipotesis diterima. Hal ini terjadi ketika hipotesis diterima. Hipotesis dikatakan ditolak jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.
- b. Hipotesis ditolak apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap variabel dependen. Keadaan inilah yang menyebabkan penolakan hipotesis. Hipotesis diperbolehkan diterima apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Untuk mengetahui hasil uji-t secara parsial dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19.554	4.276		4.573	<.001
	Pengetahuan bisnis	.164	.320	.097	.513	.612

Variabel Pengetahuan Bisnis (X) dan Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai sig sebesar $0,612 > 0,05$ sesuai data uji t parsial pada Tabel 7. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan bisnis dengan pilihan membeli bibit durian di UD. Tiga Putri Buah Kesamben Blitar. Berdasarkan temuan studi tersebut, keputusan pembelian dipengaruhi secara negatif atau sedikit oleh keahlian bisnis.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Jenis analisis ini memberikan penjelasan mengenai klasifikasi temuan data yang diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan yang telah disampaikan, khususnya yang berkaitan dengan jenis kelamin, usia, dan alamat responden. Dimana mayoritas klien yang membeli benih durian dari UD masuk dalam kategori yang berbeda. Putri Buah laki-laki berusia antara 41 dan 50 tahun berjumlah tiga orang, terdiri dari sepuluh responden, dan berdomisili di wilayah Kabupaten Blitar dan Kabupaten Malang.

Keputusan Pembelian (Y) dan Pengetahuan Bisnis (X) mempunyai nilai sig sebesar $0,612$ lebih besar dari $0,05$ berdasarkan temuan uji t parsial. Hal ini memungkinkan diterimanya hipotesis alternatif (H_0) dan penolakan hipotesis nol (H_a). Kesimpulan: Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi secara negatif oleh Pengetahuan Bisnis (X) atau tidak dipengaruhi secara signifikan. Variabel Pengetahuan berpengaruh negatif atau dapat diabaikan terhadap keputusan pembelian mie instan, sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Diah Isnaini Asiati (2020) yang berjudul *Pengaruh Produk, Promosi, Budaya, dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Konsumsi Mie Instan di Kota Palembang*.

Variabel pengetahuan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat beli (Y), sesuai dengan hasil penelitian terbaru Novita Kusuma yaitu *Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal* yaitu selesai pada tahun 2019. Nilai t-tabel (1,985) dan t-hitung (0,690) dalam perhitungannya lebih kecil dibandingkan dengan hasil penelitian Harini Abrilia Setyawati tahun 2021, *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Intervening*. Ide ini dikembangkan karena hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki dampak yang kecil terhadap sikap.

KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan bisnis (X) dengan keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sig sebesar $0,612 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima berdasarkan berbagai pengujian yang dilakukan terhadap 30 Responden guna menyikapi pernyataan yang telah dibuat, kesimpulannya secara parsial Pengetahuan Bisnis (X) berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan menurut pengamatan yang saya lakukan pengetahuan bisnis dari pelanggan tentang pertanian buah durian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian bibit durian di UD. Tiga Putri Buah. Karena pembeli akan datang membeli bibit yang lagi ramai saja tanpa memikirkan peluang bisnis pertanian buah kedepannya dan kemungkinan lainnya yaitu tidak semua pembeli ingin membuka bisnis pertanian hanya orang-orang yang berminat saja.

Hasil yang didapatkan berdasarkan penelitian ini, yaitu pengetahuan bisnis tidak memberikan pengaruh positif kepada keputusan pembelian, oleh karena itu saran kepada pemilik usaha agar lebih memberikan pengetahuan, ilmu dan arahan khususnya untuk pelanggan yang membeli bibit durian agar pelanggan mendapat wawasan yang lebih mengenai bisnis pertanian durian mereka dan dapat membeli kembali bibit durian di UD. Tiga Putri Buah. Saran lain, untuk penelitian yang akan datang

disarankan mengambil variabel bebas lainnya yang mungkin mempengaruhi variabel terikat agar mendapatkan hasil dari sudut yang berbeda.

REFERENSI

- Abdullah, D, Rahmah, F. (2019). Pengaruh Motivasi dan Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Co-Management*. Vol. 1 No. 3. Desember.
- Agustina, T, Halimatushsholichah, V. (2022). Analisis Pemasaran Komoditas Durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. *Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-46 UNS*. Vol. 6 No. 1.
- Anggun, R, Budi, K, Mekse, G. (2022). Pengaruh Jenis Socialmedia Terhadap Keputusan Pembelian Bibit Durian Musangking. *Jurnal Hexagro*. Vol. 6 No. 2.
- Andriano, R, Rifin, A, Sanim, B. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Gerai Buah Durian di Kota Medan (Studi Kasus : CV. Si Bolang Durian). *Jurnal Manajemen IKM*. Vol. 151 No. 1. Februari.
- Aniar, M, Karuniari, S. (2017). Analisis Pengembangan Pasar Durian di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Agromix*. Vol. 8 No. 2. Maret.
- Bahjad, A, Ilsan, M, Nurliani. (2022). Perencanaan dan Kelayakan Investasi Perkebunan Durian di Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang. *Jurnal Agrotek*. Vol. 6 No. 2. September.
- Harini. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*. Vo. 5 No. 1. Juli.
- Hilmy, M, Harisudin, M, Rahayu, W. (2021). Strategi Pemasaran Bibit Durian Kelompok Tani Maju Makmur Kabupaten Banyumas. *Jurnal Agrista*. Vol. 9 No. 4. Desember.
- Imsar. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan. *Jurnal Tansiq*. Vol. 1. No. 2.
- Khairunnisa, S, Muhlisin, S, Yono. (2023) Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 4 No. 2.
- Mariyudi. (2017). Perspektif Lingkungan Makro dan Lingkungan Mikro Terhadap Inovasi dan Kinerja Perkembangan Usaha UKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 17. No. 1. Februari.
- Masriah, Susanti. (2020). Pengaruh Pengetahuan Bisnis dan Perilaku Bisnis terhadap Kesejahteraan Nelayan di Sendang Sikucing Kendal. *Jurnal Maritim Polimarin*. Vol. 6 No. 1. April.
- Merry, J, Saerang, A, Mose, Y. (2023). Analisis Pemasaran Durian di Kawasan Boulevard Manado. *Jurnal Kontan*. Vol. 2 No. 2.
- Millenia, T, Kaunang, R, Lady, M. (2023). Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian Umah Duren di Kota Manado. *Jurnal Agri Sosioekonomi Universitas Sam Ratulangi*. Vol. 19 No. 1. Januari.
- Sanchaya, J, Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 2 No. 3. September.
- Sutaminingsih, L, Sujana, N. (2020). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Usaha Tani Durian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 8 No. 2. Pp. 122-128.
- Suryawan, F, Agus, I, Kusumaningrum, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pembibitan Durian Musangking di CV. Mitra Kebun Buah Salaman Kabupaten Magelang. *Jurnal Surya Agritama*. Vol. 11 No. 2. September.
- Sukesti, F, Haerudin, Hardiwinoto, Elwiyah, Wibowo, E, Noviani, A, Kristiana, I. (2023). Penyuluhan dan Pelatihan Pada Kelompok Tani Durian Sebagai Upaya Meningkatkan Value-Added Produk Berbahan Durian. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*. Vol. 2 No. 1. Januari.
- Tridiwianti, F, Harti. (2021). Pengaruh Green Product Awareness dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol. 9 No. 1.