

PENGARUH FLUKTUASI DAN KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO EMAS SEDERHANA RANTAUPRAPAT

Muhammad Irham Nasution¹, Jeni sukmal², Syafaruddin³
irham8795@gmail.com¹, jenisukmal7@gmail.com², sfmmunthe@gmail.com³

Universitas Al Washliyah Labuanbatu

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Fluktuasi dan Karakteristik Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dan melalui pendekatan asosiatif kausalitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui pengamatan dan wawancara. Sampel dalam penelitian ini adalah 86 responden atau konsumen. Teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling. Teknik analisis data menggunakan teknik statistik/SPSS dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas lalu untuk kuisioner dan analisis regresi linier berganda dengan Uji T dan Uji F untuk pembuktian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh fluktuasi terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan pembelian konsumen, Pengaruh dari fluktuasi dan karakteristik produk yaitu 16,80 % dan sisanya yaitu 83,20 % dipengaruhi oleh faktor dan variable lain.

Kata Kunci: Fluktuasi, Karakteristik Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of product fluctuations and characteristics on consumer purchasing decisions at a simple gold shop in Rantauprapat. This research uses quantitative methods and an associative causality approach. The data collection technique used is through observation and interviews. The sample in this research was 86 respondents or consumers. The sampling technique is simple random sampling. The data analysis technique uses statistical techniques/SPSS by carrying out validity and reliability tests then for questionnaires and multiple linear regression analysis with the T Test and F Test to prove the hypothesis. The research results show that there is an influence of fluctuations on purchasing decisions, there is an influence of product characteristics on consumer purchasing decisions. The influence of fluctuations and product characteristics is 16.80% and the remaining 83.20% is influenced by other factors and variables.

Keywords: Fluctuation, Product Characteristics, Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan industri perhiasan, khususnya emas, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan investasi dan perhiasan. Emas tidak hanya berfungsi sebagai perhiasan, tetapi juga dianggap sebagai salah satu instrumen investasi yang stabil dan bernilai tinggi. Masyarakat cenderung membeli emas karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti fluktuasi harga, kualitas produk, serta karakteristik produk emas itu sendiri. Hal ini menyebabkan toko-toko emas berupaya memahami perilaku konsumen untuk memaksimalkan strategi penjualan mereka.

Toko Emas Sederhana Rantauprapat merupakan salah satu toko emas yang memiliki pangsa pasar cukup luas di wilayahnya. Namun, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan minat konsumen. Pertama, fluktuasi harga emas yang tinggi menyebabkan ketidakpastian bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, sehingga banyak dari mereka yang menunda pembelian saat harga emas sedang meningkat. Kedua, karakteristik produk emas seperti desain, kadar, dan bobot menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen, di mana konsumen lebih selektif dalam memilih perhiasan yang sesuai dengan preferensi mereka. Ketiga, persaingan bisnis yang semakin ketat

di sektor toko emas membuat Toko Emas Sederhana harus memiliki strategi yang lebih inovatif dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen serta tren pasar yang dinamis.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi persepsi, preferensi, dan kebutuhan konsumen, sedangkan faktor eksternal seperti promosi, fluktuasi harga, dan ketersediaan produk turut memengaruhi perilaku konsumen. Dalam hal ini, fluktuasi harga emas dan karakteristik produk memiliki peran penting dalam mendorong atau menahan minat beli konsumen. Oleh karena itu, memahami sejauh mana pengaruh kedua faktor tersebut sangat diperlukan bagi pengembangan bisnis emas.

Dalam konteks persaingan pasar yang semakin kompetitif, toko emas perlu menyusun strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan yang muncul akibat fluktuasi harga. Selain itu, pemahaman mendalam mengenai karakteristik produk emas yang diinginkan konsumen juga menjadi kunci utama dalam menarik minat beli mereka. Dengan memahami dinamika pasar dan perilaku konsumen, Toko Emas Sederhana Rantauprapat diharapkan mampu mempertahankan posisinya di pasar perhiasan emas lokal serta meningkatkan daya saingnya dalam industri perhiasan yang semakin berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis. Pengaruh fluktuasi dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh fluktuasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.
2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.
3. Untuk mengetahui Pengaruh fluktuasi dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.

TINJAUAN PUSTAKA

Fluktuasi

Menurut (Tamran Suaib, 2018) Fluktuasi adalah perubahan-perubahan naik atau turunnya suatu variabel yang terjadi sebagai akibat dari mekanisme pasar. Secara tradisional fluktuasi dapat diartikan sebagai perubahan nilai. Pengertian fluktuasi adalah lonjakan atau ketidaktetapan segala sesuatu yang bisa digambarkan dalam bentuk grafik. (Mandiri, 2021) faktor yang mempengaruhi yaitu situasi ekonomi, perubahan kurs, dan suku bunga. Menurut Surya dan Handayani (2022), terdapat beberapa indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur fluktuasi harga emas yaitu Perubahan Harga, Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Harga: Kebijakan Moneter: Pengaruh kebijakan moneter, seperti perubahan suku bunga, terhadap harga emas, Permintaan dan Penawaran.

Karakteristik Produk

Menurut Devi Prahayu Ningtyas (2019) Karakteristik produk adalah keistimewaan produk yang berfungsi untuk membantu konsumen membedakan suatu produk. Faktor yang mempengaruhi karakteristik produk yaitu kualitas produk, fitur produk, desain produk, merek (brand), kemasan. Sedangkan indikator dari karakteristik produk yaitu kinerja (performance), fitur (features), keandalan (Reliability), kesesuaian (Conformance), daya tahan (Durability), kemudahan perawatan (Serviceability).

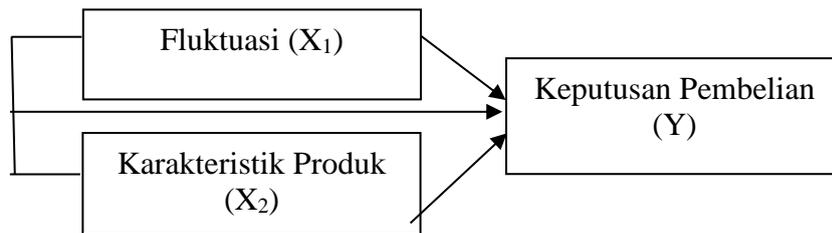
Keputusan Pembelian

Pada jurnal (Marbun et al., 2022), Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) Keputusan pembelian adalah pemecahan masalah oleh individu dengan memilih alternatif perilaku dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam pembelian dengan mengambil langkah pertama dari proses pengambilan keputusan. Sedangkan Menurut (Tjiptono, 2016) keputusan

pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang berhubungan langsung dengan perolehan dan identifikasi produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Menurut (Assauri, 2015) keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh kebiasaan, dalam kebiasaan membeli ini termasuk kapan pembelian dilakukan, kapan pembelian dilaksanakan dan dimana pembelian tersebut dilakukan. Menurut Tjiptono dalam (Effendi & Chandra, 2020) terdapat enam indikator keputusan pembelian sebagai berikut: 1) Pemilihan produk; 2) Pilihan merek; 3) Pilihan tempat penyalur; 4) Jumlah pembelian atau kuantitas; dan 5) Waktu Pembelian.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan uraian di atas, kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

Hubungan antara variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh fluktuasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.
2. Diduga terdapat pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.
3. Diduga terdapat pengaruh fluktuasi dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat.

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber data

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif dan melalui pendekatan asosiatif kausalitas. Metode kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka. Menurut (Hasan, 2017) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel (X) mempengaruhi variabel lain (Y).

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek-objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat sebanyak 110 orang, dan yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 86 Responden, Teknik yang digunakan yaitu menggunakan teknik random sampling dengan memakai rumus slovin.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui pengamatan dan wawancara, dimana wawancara yaitu dengan melakukan Tanya jawab dengan konsumen pada toko emas sederhana rantauprapat serta membagikan angket quisioner kepada konsumen pada Toko Emas Sederhana dengan menggunakan skala likert dengan bentuk ceklis dan juga memiliki bobot nilai sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Selanjutnya angket yang disusun diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS 22.0.

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan teknik statistik dalam menguji validitas dan reliabilitas pada kuisioner selanjutnya analisis regresi linier berganda dengan melakukan uji T dan uji F dalam membuktikan hipotesis. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel terikat. Dalam menguji model regresi linier berganda sebelumnya harus melalui uji asumsi klasik, dimana asumsi klasik yaitu pengujianya dengan melakukan uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas yakni sebagai berikut:

Uji Normalitas

Data Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati personal branding normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak yaitu melalui pendekatan grafik Normal probability plot. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila personal branding data tersebut tidak melenceng kekiri atau kekanan. Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data sepanjang garis diagonal.

Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat/tinggi diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antara variabel bebas maka terjadi multikolinieritas, demikian juga sebaliknya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen dan nilai tolerance. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah tolerance $< 0,10$ sama dengan $VIF > 10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Fluktuasi (X1) dan Karakteristik Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dimana persamaan linier berganda yakni sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Rumusan hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima bila $t_{tabel} > t_{hitung}$: artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

- 2) H_a diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Uji Signifikansi Simultas (Uji F)

Pengujian Statistik Uji F pada model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun Kriteria pengujian hipotesis menurut Sugiyono (Sugiyono, 2012) adalah sebagai berikut:

- 1) Terima H_0 (tolak H_a) bila $F_{hitung} < F_{tabel}$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Tolak H_0 (terima H_a) bila $F_{hitung} > F_{tabel}$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinan

Pengujian koefisien determinasi (R^2) akan menunjukkan besarnya kontribusi sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas

Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Validitas Corrected Item (R Hitung)	Rtabel 1%(84)	Keterangan	Cronbach's Alpha > 60	Status
Fluktuasi(X1)	X1.1	0,236	0,1786	Valid	0,742	Reliabel
	X1.2	0,694	0,1786	Valid		
	X1.3	0,666	0,1786	Valid		
	X1.4	0,605	0,1786	Valid		
	X1.5	0,581	0,1786	Valid		
	X1.6	0,314	0,1786	Valid		
	X1.7	0,611	0,1786	Valid		
	X1.8	0,576	0,1786	Valid		
	X1.9	0,464	0,1786	Valid		
	X1.10	0,694	0,1786	Valid		
Karakteristik Produk(X2)	X2.1	0,734	0,1786	Valid	0,726	Reliabel
	X2.2	0,473	0,1786	Valid		
	X2.3	0,445	0,1786	Valid		
	X2.4	0,548	0,1786	Valid		
	X2.5	0,487	0,1786	Valid		
	X2.6	0,576	0,1786	Valid		
	X2.7	0,418	0,1786	Valid		
	X2.8	0,610	0,1786	Valid		
	X2.9	0,734	0,1786	Valid		
	X2.10	0,326	0,1786	Valid		
Keputusan Pembelian(Y)	Y.1	0,198	0,1786	Valid	0,684	Reliabel
	Y.2	0,502	0,1786	Valid		
	Y.3	0,649	0,1786	Valid		
	Y.4	0,534	0,1786	Valid		
	Y.5	0,503	0,1786	Valid		

	Y.6	0,592	0,1786	Valid		
	Y.7	0,644	0,1786	Valid		
	Y.8	0,664	0,1786	Valid		
	Y.9	0,514	0,1786	Valid		
	Y.10	0,273	0,1786	Valid		

Tabel 2. memperlihatkan bahwa untuk setiap pernyataan memiliki $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan adalah valid. Dan berikutnya nilai cronbach alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan semua pernyataan reliable.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dalam hal ini menguji variabel dependen dan Independen memiliki distribusi normal atau tidak, berikut ini kita menjelaskan bagaimana uji normalitas:

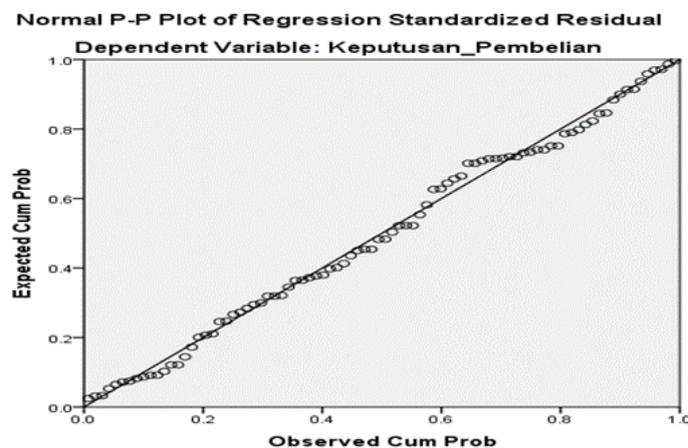
Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	40.9302326
	Std. Deviation	1.37770837
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.055
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Data diolah di SPSS 22.0

Tabel 3. menunjukkan nilai asymp.sig (0,200) lebih besar dari pada nilai alpha (0,05) maka uji normalitas ini dinyatakan berdistribusi normal.



Gambar 2. Data diolah di SPSS 22.0

Gambar diatas titik-titik tersebut mengikuti garis diagonal, karna mengikuti ataupun tidak menyebar. Ini menunjukkan bahwa uji ini berdistribusi normalitas.

Uji Multikolinearitas

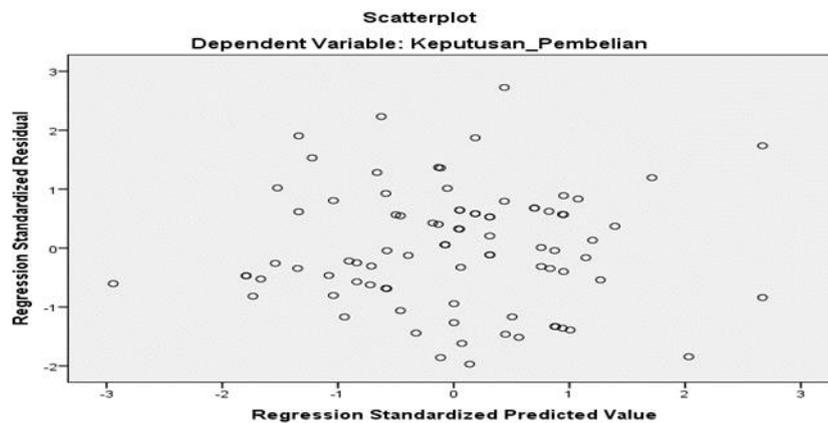
Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fluktuasi	.877	1.141
	Karakteristik_Produk	.877	1.141

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Tabel 4. Menunjukkan Nilai Tolerance x1 dan x2 (0,877) yang lebih besar dari 0,1 maupun nilai VIF x1 dan x2 (1,141) Lebih kecil dari 10. Maka uji tersebut dikatakan tidak terjadi multikolineritas.

Uji Heteroskedasitas



Gambar 3. Datax diolahx dix SPSSx 22.0

Dari gambar diatas peneliti melihat bahwa titik menyebar dibagian atas dan bawah titikx 0 pada sumbu Y dan X, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskeditas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Perhitungan Regresi Linier berganda dan Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.652	4.486		5.050	.000
	Fluktuasi	.173	.086	.216	2.018	.047
	Karakteristik_Produk	.266	.101	.281	2.623	.010

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Data diolah di SPSS 22.0

Dari Tabel diatas maka didapatkan nilai sebagai berikut:

- a (constant) : 22,652
- b1x1 : 0.173
- b2x2 : 0,266

maka persamaan regresi linear berganda untuk kecepatan penyajian dan keragaman menu adalah:

$$Y = a + b1x1 + b2x2$$

$$Y = 22,652 + 0.173x1 + 0,266x2$$

Dari persamaan diatas dapat dilihat bahwa Variabel Fluktuasi (X1) memiliki koefisien b positif dan Variabel Karakteristik Produk (X2) Memiliki Koefisien b positif.

Uji T (Parsial)

Pengujian Hipotesis secara individu dengan Uji t bertujuan untuk mempengaruhi dari masing-masing variabel bebas X terhadap Y. Uji hipotesis dapat diketahui dengan membandingkan antara thitung dan ttabel. Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 5 di atas maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan variabel Fluktuasi thitung 2,018 maka dari thitung $2,018 > ttabel$ sebesar (1,663). Jika thitung $> ttabel$ maka H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh erat antara variabel Fluktuasi terhadap keputusan pembelian di toko emas sederhana.
2. Berdasarkan Variabel karakteristik produk memiliki thitung sebesar (2,623) maka dari itu thitung $(2,623) > ttabel$ sebesar (1,663), jika thitung $> ttabel$ maka H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh antara variabel karakteristik produk terhadap keputusan pembelian ditoko emas sederhana.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161.337	2	80.668	8.367	.000 ^b
	Residual	800.245	83	9.642		
	Total	961.581	85			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Karakteristik_Produk, Fluktuasi

Data diolah di SPSS 22.0

Ketentuan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel secara simultan berpengaruh, namun jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Variabel secara simultan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwasanya $F_{hitung} = 8,367$, $F_{tabel} = 3,11$ dengan demikian maka $F_{hitung} > F_{tabel}$, Maka dapat disimpulkan bahwa variable X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko emas sederhana Rantauprapat.

Koefisien Determinan

Tabel 7. Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.148	3.105

a. Predictors: (Constant), Karakteristik_Produk, Fluktuasi

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Data diolah di SPSS 22.0

Hasil pengujian nilai R Square adalah 0,168 atau 16,8 % dengan demikian pengaruh dari Fluktuasi dan karakteristik produk yaitu 16,8 % dan sisanya yaitu 83,2 % dipengaruhi oleh faktor dan variabel lain.

Pembahasan

1. Berdasarkan variabel Fluktuasi thitung 2,018 maka dari thitung $2,018 > ttabel$ sebesar (1,663). Jika thitung $> ttabel$ maka H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh erat antara variabel Fluktuasi terhadap keputusan pembelian di toko emas sederhana.
2. Berdasarkan Variabel karakteristik produk memiliki thitung sebesar (2,623) maka dari itu thitung $(2,623) > ttabel$ sebesar (1,663), jika thitung $> ttabel$ maka H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh antara variabel karakteristik produk terhadap keputusan pembelian ditoko emas sederhana.
3. Hasil pengujian nilai R Square adalah 0,168 atau 16,8 % dengan demikian pengaruh dari Fluktuasi dan karakteristik produk yaitu 16,8 % dan sisanya yaitu 83,2 % dipengaruhi oleh faktor dan variabel lain.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh antara variabel Fluktuasi terhadap keputusan pembelian (Y) ditoko emas sederhana Rantauprapat.
2. Terdapat pengaruh antara variabel Karakteristik produk terhadap keputusan pembelian (Y) ditoko emas sederhana Rantauprapat.
3. Pengaruh dari Fluktuasi dan Karakteristik Produk yaitu 16,8 % dan sisanya yaitu 83,2% dipengaruhi oleh faktor dan variabel lain.

Saran dari Penelitian ini adalah:

1. Toko Emas Sederhana sebaiknya berupaya untuk menjaga stabilitas harga emas dengan menyediakan informasi terkini tentang perubahan harga. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian tanpa rasa ragu.
2. Toko perlu terus memperbarui desain dan variasi produk emas sesuai dengan tren pasar. Selain itu, memastikan kualitas yang baik dan daya tahan produk akan meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas mereka terhadap toko.
3. Pelayanan yang ramah dan informatif, seperti memberikan penjelasan lengkap mengenai karakteristik produk emas serta kemudahan akses informasi harga, akan membantu konsumen membuat keputusan pembelian dengan lebih percaya diri

DAFTAR PUSTAKA

- Karyawan, K., Indonesia, P. T., Fajri, C., & Amelya, A. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap. 5, 369–373.
- Kuangan, M., Ed, W., Sn, K., Jendral, J., & Semarang, S. (2024). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas , Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi Emas (Pada Member Agen Mini Gold di Kota Demak) Hasil wawancara dengan Ibu Isti selaku pemilik agen resmi distributor emas di Kota Demak diperoleh data bahwa jumlah nasabah yang berinvestasi dalam lima tahun terakhir. 4.
- Konsumen, M. B. (2020). PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Suatu Studi Pada Disribution Store Eight Wardrobe Tasikmalaya). 2.
- Mandiri, S. (2021). Analisis Fluktuasi Harga Emas dan Tingkat Inflasi terhadap Pendapatan Gadai Emas Syariah di Bank Syariah Mandiri. 1(3), 489–498.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI , KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(2), 716–727.
- Marpaung, N. (2019). PENGARUH MODAL KERJA DAN VOLUME PENJUALAN PROPERTI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PROGRAM STUDI KEUANGAN PERBANKAN UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA. VIII(2).
- No Title. (2019). 08, 35–51.
- Pelabuhan, D., Pantai, P., Lampung, B., Alhuda, S., Anna, Z., & Rustikawati, I. (2016). Analisis Produktivitas Dan Kinerja Usaha Nelayan Purse Seine Analysis of Productivity and Business Performance Purse Seine Fishermen. VII(1).
- Tamran Suaib, Y. S. & A. M. (2018). Analisis Pemasaran Komoditas Cengkeh Di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. Agrinesia, 2(2), 146–153.
- Wibowo, A., & Singagerda, F. I. S. (2023). MENGGUNAKAN QR CODE BERBASIS SISTEM. 29–37.