

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SASIRANGAN PADA FIRDAUS
SASIRANGAN DIBANJARMASIN**

AGUSTIAN NOOR FADILLAH

agusfadillah666@gmail.com

ABSTRAK

Agustian Noor Fadillah (2020), Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sasirangan Pada Firdaus Sasirangan di Banjarmasin

Pembimbing Utama : Murdiansyah Herman.

Co.Pembimbing : Fika Febriyanti.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi, integritas, dan sikap pada produk sasirangan di Firdaus Sasirangan Banjarmasin terhadap keputusan pembelian. *Purposive sampling* sebagai jenis teknik *non-probability sampling* digunakan untuk mewakili responden diteliti dalam penelitian ini. Metode survei menggunakan metode kuantitatif digunakan untuk mendapatkan data dengan sampel 100 responden di Banjarmasin. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi mempengaruhi sikap pada produk sedangkan integritas tidak mempengaruhi sikap pada produk sasirangan. Selanjutnya sikap pada produk sasirangan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci : Motivasi, Integritas, Sikap Pada Sasirangan , Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Agustian Noor Fadillah (2020), Analysis of Factors Influencing the Purchasing Decision of Sasirangan at Firdaus Sasirangan in Banjarmasin.

Main Advisor: Murdiansyah Herman.

Co. Advisor: Fika Febriyanti.

This study aims to examine the influence of motivation, integrity, and attitudes on Sasirangan products in Firdaus Sasirangan Banjarmasin on purchasing decisions. Purposive sampling as a type of non-probability sampling technique is used to represent the respondents studied in this study. The survey method using the Slovin method is used to obtain data with a sample involving 100 respondents in Banjarmasin. The data analysis technique used is linear regression using the SPSS program. The results showed that motivation influences attitudes on Sasirangan products while integrity does not affect attitudes on Sasirangan products. Furthermore, the attitude of Sasirangan products influences purchasing decisions.

Keywords: Motivation, Integrity, Attitude at Sasirangan, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Kain Sasirangan merupakan kain adat suku Banjar di Kalimantan Selatan yang diwariskan secara turun temurun sejak abad XII, saat Lambung Mangkurat menjadi Patih Negara Dipa. Cerita yang berkembang di masyarakat Kalimantan Selatan adalah bahwa kain Sasirangan pertama kali dibuat oleh Patih Lambung Mangkurat setelah bertapa 40 hari 40 malam di atas rakit Balarut Banyu. Di awal-awal kemunculannya, kain sasirangan mempunyai bentuk dan fungsi yang cukup sederhana, seperti ikat kepala (laung), sabuk dan tapih bumi (kain sarung) untuk lelaki, selendang, kerudung, udat (kemben), dan kekamban (kerudung) untuk perempuan.

Semakin banyaknya peminat kain sasirangan ini juga digunakan sebagai pakaian adat yang dipakai oleh kalangan rakyat biasa ataupun keturunan bangsawan saat mengikuti upacara-upacara adat. Namun perkembangan zaman juga yang mengubah fungsi kain sasirangan dalam masyarakat Kalimantan Selatan. Nilai-nilai sakral yang terkandung seolah-olah ikut memudar tergerus arus globalisasi mode. Globalisasi menjadikan kain ini tidak hanya mengalami proses desakralisasi sehingga kemudian berubah menjadi pakaian sehari-hari, tetapi juga semakin dilupakan.

Menurut pangsa pasar sasirangan printing lebih laku dibandingkan yang asli, sasirangan printing lebih laku hingga 60% berbanding dengan yang asli, yang membuat sasirangan printing lebih disukai karena selain harganya yang murah juga perawatannya yang lebih mudah. Untuk harga sasirangan printing mencapai Rp.20.000 hingga Rp.30.000 per 2 meternya, sedangkan sasirangan asli mencapai Rp.100.000 sampai dengan Rp.125.000 per 2 meternya.

Dalam kegiatan Dekranasda kota Banjarmasin yang dihadiri oleh Walikota Banjarmasin, Deputy Infrastruktur, badan Ekonomi Kreatif Pusat, dan Hari Singkari, berdiskusi tentang usaha subsektor untuk lebih dikembangkan, yaitu subsektor sasirangan, dan subsektor kuliner kue bingka. Dari hasil diskusi tersebut pemerintah kota berkomitmen terhadap pengembangan usaha kain sasirangan dengan menerbitkan peraturan walikota penggunaan sasirangan khas banjar yang bukan printing. Berdasarkan peraturan walikota tentang penggunaan sasirangan khas banjar yang bukan printing tersebut maka sasirangan printing bukanlah sasirangan asli banjar dan sejauh ini tidak ada peresmian mengenai sasirangan printing, oleh karena itu sasirangan printing dianggap sebagai barang palsu atau tiruan.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan terkait banyak beredarnya sasirangan printing yang cukup berpengaruh terhadap penjualan kain sasirangan celup serta meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka dari itu variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel yang membentuk sikap konsumen terhadap suatu objek antara lain motivasi dan integritas serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sasirangan. Dengan demikian penulis melakukan penelitian yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sasirangan pada Firdaus Sasirangan di Banjarmasin”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan Penelitian Kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2017) metode kuantitatif juga disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan

pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit/empiris, terukur, obyektif, sistematis, dan rasional. Metode ini juga disebut *metode discovery*, karena dengan metode kuantitatif dapat menemukan dan mengembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi statistik variabel penelitian berisi uraian secara deskriptif mengenai jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden pada kuesioner dan disusun dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah motivasi, integritas, sikap pada produk sasirangan, dan keputusan pembelian.

Deskripsi Statistik Variabel

No	Variabel	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Jumlah	Mean Indikator	Mean Variabel
			1	2	3	4	5			
1	Motivasi	Kualitas produk (X1.1)	1	13	33	45	8	100	3,46	3,50
2		Kenyamanan pemakaian (X1.2)	2	15	29	38	16	100	3,51	
3		Harga terjangkau (X1.3)	1	14	31	40	14	100	3,52	
4		Desain yang menarik (X1.4)	1	13	32	41	13	100	3,52	
5	Integritas	Nilai tanggung jawab konsumen (X2.1)	4	27	41	26	2	100	2,95	2,97
6		Nilai kejujuran konsumen (X2.2)	4	25	42	29	0	100	2,96	
7		Nilai kepercayaan diri konsumen (X2.3)	7	23	40	28	2	100	2,95	
8		Nilai pengendalian diri konsumen untuk menjaga budaya daerah (X2.4)	5	20	41	33	1	100	3,05	
9	Sikap	Sikap terhadap kualitas (Y1.1)	2	12	32	46	8	100	3,46	3,59
10		Sikap terhadap rasa suka (Y1.2)	3	14	25	37	21	100	3,59	
11		Sikap terhadap keinginan untuk membeli (Y1.3)	1	12	22	47	18	100	3,69	
12	Keputusan Pembelian	Kebutuhan konsumen (Y2.1)	3	14	37	44	2	100	3,28	3,24
13		Keinginan untuk membeli produk (Y2.2)	4	22	32	30	12	100	3,24	
14		Informasi tentang produk (Y2.3)	1	16	44	31	8	100	3,29	
15		Ketertarikan untuk membeli ulang (Y2.4)	3	19	41	32	5	100	3,17	

Berdasarkan Tabel dibawah ini dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan menunjukkan r hitung lebih besar dari 0,196. Semua item pernyataan juga menunjukkan nilai signifikan berada di bawah 0,05. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian	Nilai r hitung	Sig.
Kebutuhan konsumen (Y2.1)	0,734	0,000
Keinginan untuk membeli produk (Y2.2)	0,799	0,000
Informasi tentang produk (Y2.3)	0,704	0,000
Ketertarikan untuk membeli ulang (Y2.4)	0,740	0,000

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa variabel motivasi berpengaruh positif terhadap sikap keputusan pembelian pada konsumen Firdaus Sasirangan

Banjarmasin. Artinya, semakin termotivasi seseorang maka semakin baik sikap orang tersebut pada produk di Firdaus Sasirangan Banjarmasin. Implikasi teoritis untuk kedepannya yaitu motivasi menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi sikap seseorang oleh karena itu motivasi dapat lebih dipertimbangkan dalam membentuk sikap konsumen tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Motivasi berpengaruh signifikan terhadap sikap keputusan pembelian sasirangan pada Firdaus Sasirangan Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa semakin termotivasi konsumen maka semakin baik sikap konsumen tersebut untuk menetapkan keputusan pembelian sasirangan pada Firdaus Sasirangan Banjarmasin.
- 2) Integritas berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap keputusan pembelian sasirangan pada Firdaus Sasirangan Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mengabaikan integritas saat berhadapan dengan produk sasirangan, jadi meskipun ada atau tidak adanya moral konsumen terhadap sasirangan, konsumen cenderung tidak memperdulikannya.

Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- 1) Bagi Pengrajin Sasirangan Khususnya Firdaus Sasirangan Banjarmasin. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh pihak pengrajin sasirangan sebagai berikut:
 - (1) Pihak pengrajin sasirangan khususnya Firdaus Sasirangan Banjarmasin disarankan memberikan arahan serta motivasi secara langsung terhadap para konsumen sasirangan mengenai kualitas dan harga yang bersaing antara sasirangan asli dan printing jangan sampai sasirangan asli tersaingi oleh sasirangan printing dan semoga sasirangan dapat lestari dan lebih masju.
 - (2) Pengrajin sasirangan khususnya Firdaus Sasirangan Banjarmasin berfokus kepada hal yang mempengaruhi sikap konsumen seperti masalah harga, kualitas produk dan lain sebagainya yang sering menjadi pertimbangan bagi para konsumen sasirangan palsu agar mereka lebih tertarik untuk memiliki sasirangan asli dan tidak memilih atau menyukai sasirangan printing.
 - (3) Pihak pengrajin Firdaus Sasirangan Banjarmasin disarankan untuk lebih berkontribusi dalam *event-event* seperti hari ulang tahun Banjarmasin, pasar ramadhan, dan lain sebagainya untuk memperkenalkan sasirangan asli yang bukan printing dan memberikan arahan, masukan, serta pertimbangan terhadap sasirangan printing dan menjelaskan langsung masalah legalitas dan dampak dari sasirangan printing tersebut kepada pendatang maupun warga yang tinggal di Banjarmasin, juga bisa melalui media televisi lokal, dan membangun komunitas pecinta sasirangan melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan lain sebagainya untuk menjalin hubungan dengan konsumen pengguna media sosial.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

- (1) Penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian khususnya untuk objek sasirangan pada Firdaus Sasirangan Banjarmasin, seperti variabel sikap patriotisme, kesadaran nilai, dan lain-lain.
- (2) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan sampel yang lebih besar dan berfokus tidak hanya pada konsumen Firdaus Sasirangan yang ada di Banjarmasin saja sehingga didapatkan hasil yang mewakili konsumen luas.
- (3) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti ulang mengenai variabel etika dan integritas terhadap sikap terhadap keputusan pembelian pada Firdaus Sasirangan Banjarmasin atau pengrajin sasirangan lainnya, dengan harapan mendapatkan hasil yang sesuai dengan hipotesis yang dilakukan peneliti.

REFERENSI

Eugenia M, Sita W, Budhi I, Dennis B & Benedict, Y. (2014). (*Economic Impact of Counterfeiting in Indonesia*).

Pratiwi, D. S. (2011). Pengaruh Kepribadian dan Atribut Produk Pada Niat Beli Konsumen (Studi Pada Tas Merek Louis Vuitton Palsu).

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Sunyoto, D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. BUKU SERU.

Theressa, D., & Giovanni, G. (2012). Analisa Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kuliner Malam Di Surabaya, (2003).