ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SONGKET SILUNGKANG (Studi Kasus di KOTA SAWAHLUNTO)

Nisa Ledy Novia¹, Purbo Jadmiko²
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: nisaledynovia09@gmail.com¹, purbojadmiko@bunghatta.ac.id²

PENDAHULUAN

Kain songket Silungkang merupakan kain adat bagi masyarakat Minang dan digunakan sebagai simbol status sosial seseorang dalam masyarakatnya selain harta kekayaan. Motif-motif dalam kain songket Silungkang mengandung makna simbolis yang bersifat sakral karena dahulu kain songket dipakai dalam upacara perkawinan, keagamaan dan upacara adat lainnya dan tidak untuk dipakai sehari-hari. Kerajinan tenun khususnya yang ada di Sumatera Barat sangat akrab dengan kaum perempuan, tanpa terkecuali yang ada di Silungkang, hal tersebut sudah terjadi sejak lama dan secara turun temurun, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa bertenun dikalangan perempuan Sumatera Barat sudah mulai memudar, sedikit demi sedikit adat istiadat mulai tergerus oleh berbagai faktor misalnya globalisasi, pesatnya perkembangan informasi, dan teknologi yang memberikan pilihan atau alternatif lain bagi perempuan Minangkabau dalam beraktifitas, sehingga kerajinan tenun semakin tertinggal dan relatif tidak akrab lagi bagi sebagian besar perempuan Minangkabau. Dengan mengacu pada hasil survei yang telah dilakukan terlihat pandangan atau penilaian masyarakat kepada Songket Silungkang menurun, jika hal tersebut dibiarkan dan tidak dicarikan solusinya maka keberadaan Songket Silungkang dapat terganggu. Oleh karena itu penting peneliti untuk mengamati apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen merupakan faktor yang mendapatkan perhatian dari peneliti serta dapat meneliti dengan baik dan efisiensi.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey dan peneliti menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data, jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif berbasis pada perhitungan angka dan statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian terhadap Songket Silungkang yang jumlahnya tidak diketahui. Besarnya jumlah sampel jumlah indikator dikali 5 sampai 10, dimana didalam penelitian ini terdapat terdapat 16 indikator dikali 5 yaitu 80 [3]. Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah minimal 80 responden.

Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, adapun kriteria yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut : 1.) Responden adalah yang berkunjung ke Toko Ellen Songket Kota Sawahlunto. 2.) Berusia >18 tahun ke atas. 3.) Pernah melakukan pembelian atau akan melakukan pembelian Songket Silungkang.

Metode Analisis Data

Uji Instrumen

Instrumen memiliki kedudukan yang penting dalam penelitian karena instrumen berperan dalam proses pengambilan data. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert* . Instrumen yang valid dan reliabel dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel pula sehingga membawa pada

kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti tersebut [4].

SPSS (*Statistical Product and Service Solution*)

Dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Bivariate Pearson* dalam SPSS.

CFA (*Confirmatory Factor Analysis*)

“*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) merupakan analisis faktor yang digunakan untuk menguji bagaimana variabel-variabel terukur dengan baik dan menggambarkan atau mewakili suatu bilangan dari konstruk.” CFA digunakan untuk menguji variabel-variabel terukur yang menggambarkan dalam model secara teoritis [2].

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [1].

Cronbach Alpha

Koefisien *Cronbach Alpha* yang $> 0,70$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrument (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang $< 0,70$ menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda).

EVA (*Exploratory Factor Analysis*)

“*Exploratory Factor Analysis* (EFA) merupakan analisis faktor yang memiliki prosedur, yaitu memeriksa data dan memberikan penelitian dengan informasi berapa banyak faktor yang diperlukan untuk menggambarkan data dalam *Exploratory Factor Analysis*, semua variabel terukur dihubungkan untuk setiap faktor oleh suatu estimasi *loading factor* [2].

HASIL DAN PEMBAHASAN

	Kode	Factor Loading	Total Contribution %	Nama Faktor
Faktor 1	Atribut9	0,512	41,120	Kualitas Produk
	Bisa digunakan di berbagai acara			
	Atribut17	0,620		
	Sesuai keinginan dan selera			
	Atribut21	0,665		
	Bahan yang berkualitas			
	Atribut23	0,719		
	Model bervariasi			
	Atribut25	0,630		
	Motif menarik			
	Atribut26	0,808		
	Produk bagus			
	Atribut27	0,749		
	Kualitas yang memuaskan			
Faktor 2	Atribut28	0,726	10,327	Budaya
	Tampilan menarik			
	Atribut29	0,763		
	Memiliki daya tarik			
	Atribut6	0,621		
	Sesuai kebutuhan			
	Atribut7	0,794		
	Mencerminkan kelas sosial			
	Atribut8	0,671		
	Terlihat lebih elegan			
Faktor 2	Atribut14	0,674	10,327	Budaya
	Sesuai kepribadian pelanggan			
	Atribut15	0,579		
	Merek yang terkenal			
	Atribut16	0,702		
	Adanya kewibawaan saat menggunakan			
Faktor	Atribut10	0,789	5,670	Lifestyle

3	Bisa digunakan saat bekerja			
	Atribut11	0,677		
	Bisa digunakan untuk jalan-jalan			
	Atribut12	0,567		
	Lebih nyaman saat digunakan			
Faktor 4	Atribut1	0,761	4,591	Harga
	Harga yang bervariasi mulai dari termurah hingga termahal			
	Atribut2	0,655		
	Harga sesuai kualitas			
	Atribut3	0,568		
	Kesesuaian harga dan manfaat			
Faktor 5	Atribut4	0,727	3,796	Status Sosial
	Harga di toko lebih murah			
	Atribut13	0,525		
	Lebih baik dari busana lain			
	Atribut20	0,651		
	Dipengaruhi oleh teman			
Faktor 6	Atribut24	0,714	3,532	Keunggulan Produk
	Minim kecacatan kain			
Total kontribusi n%	69,036			

Berdasarkan hasil analisis rotasi matrix terlihat bahwa faktor pertama didukung oleh Sembilan atribut diantaranya dapat digunakan di berbagai acara dengan *factor loading* 0,512, sesuai dengan keinginan dan selera dengan *factor loading* 0,620, bahan yang berkualitas dengan *factor loading* 0,665, model bervariasi dengan *factor loading* 0,719, motif yang menarik dengan *factor loading* 0,630, produk yang bagus dengan *factor loading* 0,808, kualitas yang memuaskan dengan *factor loading* 0,749, tampilan menarik dengan *factor loading* 0,763 dan memiliki daya tarik dengan *factor loading* 0,763. Secara keseluruhan faktor pertama memperoleh atribut tertinggi yang mengukur kualitas produk meliputi Songket

Silungkang merupakan produk yang bagus sesuai dengan kualitas yang diberikan dengan *factor loading* 0,808 dan memberikan kontribusi mencapai 41,120%. Faktor pertama penelitian ini diberi nama Kualitas Produk.

Faktor kedua didukung oleh enam atribut diantaranya songket sesuai dengan kebutuhan dengan *factor loading* 0,621, mencerminkan kelas sosial dengan *factor loading* 0,794, terlihat lebih elegan dengan *factor loading* 0,671, sesuai kepribadian pelanggan dengan *factor loading* 0,674, merek yang terkenal dengan *factor loading* 0,579 dan adanya kebibawaan saat menggunakan dengan *factor loading* 0,702. Secara keseluruhan faktor kedua memperoleh atribut tertinggi yang mengukur budaya meliputi Seseorang yang menggunakan Songket Silungkang mencerminkan kelas sosial di lingkungan tempat ia berada dengan *factor loading* 0,794 dan memberikan kontribusi sebesar 10,327%. Faktor kedua penelitian ini diberi nama Budaya

Faktor ketiga didukung oleh tiga atribut diantaranya songket bisa digunakan saat bekerja dengan *factor loading* 0,789, bisa digunakan saat jalan-jalan dengan *factor loading* 0,677 dan nyaman saat digunakan dengan *factor loading* 0,567. Secara keseluruhan faktor ketiga memperoleh atribut tertinggi yang mengukur songket bisa digunakan saat bekerja dengan *factor loading* 0,789 dan memberikan kontribusi sebesar 5,670%. Faktor ketiga penelitian ini diberi nama Lifestyle

Faktor keempat didukung oleh tiga atribut diantaranya harga songket bervariasi mulai dari termurah hingga termahal dengan *factor loading* 0,761, harga sesuai dengan kualitas dengan *factor loading* 0,655 dan kesesuaian harga dengan manfaat dengan *factor loading* 0,568. Secara keseluruhan faktor keempat memperoleh atribut tertinggi yang mengukur harga kain songket yang bervariasi mulai dari termurah hingga termahal dengan *factor loading* 0,761 dan memberikan kontribusi

sebesar 4,591%. Faktor keempat penelitian ini diberi nama Harga.

Faktor kelima didukung oleh tiga atribut diantaranya harga songket ditoko lebih murah dengan *factor loading* 0,727, songket lebih baik dari busana lain dengan *factor loading* 0,525 dan membeli songket dikarenakan pengaruh dari teman dengan *factor loading* 0,651. Secara keseluruhan faktor kelima memperoleh atribut tertinggi yang mengukur harga songket dengan *factor loading* 0,727 dikarenakan faktor keempat penelitian ini harga maka atribut tertinggi setelah harga yaitu konsumen membeli songket dipengaruhi teman dengan *factor loading* 0,651 dan memberikan kontribusi sebesar 3,796%. Faktor kelima penelitian ini diberi nama Status Sosial.

Faktor keenam didukung oleh satu atribut diantaranya minimnya kecacatan songket dengan *factor loading* 0,714 dan memberikan kontribusi sebesar 3,796%. Atribut keenam ini didasari dari kualitas produk yang mana faktor pertama dari penelitian ini yaitu kualitas produk. Maka faktor keenam penelitian ini diberi nama Keunggulan Produk.

Jika ditotalkan kontribusi yang diberikan oleh faktor pertama sampai dengan faktor keenam maka total kontribusi yang diberikan adalah 69,036%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil analisis faktor yang telah dilakukan diperoleh enam faktor yang mendorong konsumen dalam keputusan pembelian pada Songket Silungkang yaitu sebagai berikut : 1. Faktor perilaku konsumen pertama yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Kualitas Produk. 2. Faktor perilaku konsumen yang kedua pendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Budaya. 3. Faktor perilaku konsumen ketiga yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Lifestyle. 4. Faktor perilaku konsumen keempat yang mendorong pembelian

pada Songket Silungkang adalah Harga. 5. Faktor perilaku konsumen kelima yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Status Sosial. 6. Faktor perilaku konsumen keenam yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Keunggulan Produk

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diajukan maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi : Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menambah jumlah ukuran sampel yang akan digunakan, saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh. Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menggunakan model analisis yang berbeda untuk mengetahui sejumlah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian Songket Silungkang, seperti mengembangkan model analisis faktor kedalam bentuk regresi ataupun bentuk model statistik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- [2] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R.P. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson.
- [3] Hair, J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd Ed.)*. Sage: Thousand Oaks.
- [4] Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.