

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KAOS KAKI HAPPY TOE DI PASAMAN BARAT DAN BUKITTINGGI

Anisha<sup>1</sup>, Erni Febrina Harahap<sup>2</sup>

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: [anishamei00@gmail.com](mailto:anishamei00@gmail.com), [ernifebrinaharahap@bunghatta.ac.id](mailto:ernifebrinaharahap@bunghatta.ac.id)

## **Abstract.**

*This research aims to determine and analyze the factors that influence the demand for happy toe socks in West Pasaman and Bukittinggi. The variables studied include price (X1), income (X2), consumer tastes (X3) as independent variables, and demand (Y) dependent variables. The population in this study were shops in West Pasaman and Bukittinggi that bought Happy Toe socks in 2023. The sample taken is all members of the population totaling 33 because the population is under 100 using the Census sample method or total sampling. The analysis technique used is IBM SPSS statistics 22 using Ordinary Least Square (OLS). The results of this study indicate that price has a positive and significant effect on demand, income has a positive effect on demand, consumer tastes have a positive effect on demand.*

**Keywords:** Price, Income, consumer tastes, demand

## **Abstrak.**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kaos kaki happy toe di pasaman barat dan bukittinggi. Variabel yang diteliti meliputi harga (X1), pendapatan (X2), selera konsumen (X3) sebagai variabel independen, serta permintaan (Y) variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah Toko-toko di Pasaman Barat dan Bukittinggi yang membeli kaos kaki Happy Toe di tahun 2023. Sampel yang diambil semua anggota populasi berjumlah 33 karena populasi berjumlah dibawah 100 dengan menggunakan metode sampel Sensus atau sampling total. Teknik analisis yang digunakan adalah IBM SPSS statistics 22 dengan menggunakan Ordinary Least Square (OLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan, pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan, selera konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan.*

**Kata Kunci:** Harga, Pendapatan, Selera Konsumen, Permintaan

## PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi saat ini, kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis. Jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Fenomena persaingan di era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara manapun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasaran untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar.(Hasim,2017). Kementerian Perindustrian menyatakan industri tekstil dan produk tekstil (TPT) nasional menunjukkan kinerja yang positif, baik di pasar domestik maupun ekspor dikutip dari bisnis.com (26/9). Pasar kaos kaki Indonesia menurut Asosiasi Pengusaha Kaos Kaki Indonesia, diestimasikan senilai Rp. 10 triliun per tahun dengan rata-rata kebutuhan mencapai satu miliar pasang.(Alifia, dkk 2018). Persaingan yang ketat antara perusahaan saat ini, membuat perusahaan harus mampu untuk mengambil langkah yang tepat dalam pengambilan keputusan. Hal ini dilakukan agar penerapan strategi pemasaran tidak salah sasaran, serta mencapai target atau tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran yang tepat tentunya harus mampu menjangkau konsumen yang tepat, yang mampu menghasilkan penjualan dan keuntungan yang kontinyu bagi perusahaan. (Putri, dkk 2022).

Pada zaman modern sekarang dengan serba teknologi ini pelaku bisnis dalam industri di Indonesia menyadari akan semakin berubahnya orientasi pelanggan terhadap kualitas produk, tuntutan permintaan terhadap perusahaan akan produk dan jasa pun semakin meningkat. Dalam persaingan dunia industri yang semakin ketat, (Darmawan, dkk ). Oleh karena itu, perusahaan berlomba-lomba memasarkan produknya di internet secara global tanpa dipengaruhi waktu dan tempat. Setelah munculnya internet marketing, perusahaan semakin gencar dalam memasarkan produknya melalui media sosial untuk menghadapi persaingan. Inilah yang menjadi cikal bakal dari social media marketing (Ferdian, dkk 2021)

Analisis permintaan merupakan salah satu analisis yang paling penting dalam mikroekonomi. Pandangan ekonomi tentang permintaan sesungguhnya hampir sama. Perbedaan mendasar terletak pada sumber hukum dan batasan yang tidak ditemui dalam teori permintaan. Melalui analisis permintaan juga seorang ekonom akan dapat menganalisis dampak dari berbagai intervensi pemerintah dipasar. (Elvira, 2015). Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu (Sarwono & Sunyoto, 2013). Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Karena adanya kebutuhan ini, maka terciptanya permintaan barang pemenuh kebutuhan manusia. Tetapi apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat pembelian yang direncanakan. Menurut Dimang, permintaan adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu. Permintaan pasar (*market demand*) adalah sebagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada suatu periode tertentu (Dimang, 1998). Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut(Sukirno, Pengantar Teori Ekonomi Edisi Kedua, 2005).

## **METODE**

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Objek pada penelitian ini adalah Toko-toko yang menjual kaos kaki Happy Toe di pasaman Barat dan Bukittinggi. Populasi yang digunakan adalah Keseluruhan Toko-toko di Pasaman Barat dan Bukittinggi yang membeli kaos kaki Happy Toe di tahun 2023. Sampel yang diambil semua anggota populasi berjumlah 33 karena populasi berjumlah dibawah 100. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampel Sensus atau sampling total orang. Teknik analisis data menggunakan software IBM SPSS Statistics 22 yaitu dengan OLS (Ordinary Least Square). Selanjutnya menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui arah dan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan yaitu.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Permintaan kaos kaki Happy Toe

a = Konstanta

X1 = Harga kaos kaki Happy Toe

X2 = Pendapatan

X3 = Selera konsumen

e = eror

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Uji t ini bermaksud untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen secara parsial.

**Tabel 1. Uji Parsial (t)**

Model		Prob	Sig.
1	Harga (X1)	0,15	0,109
	Pendapatan (X2)	0,10	0,056
	Selera Konsumen (X3)	0,05	0,007

Sumber: Data Diolah 2024

1. Pengaruh Harga (X1) terhadap permintaan (Y), menunjukkan bahwa variabel Harga dengan nilai pvalue,  $0,109 < 0,15$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kaos kaki.
2. Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap permintaan (Y), menunjukkan bahwa variabel Pendapatan dengan nilai pvalue  $0,056 < 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Pendapatan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kaos kaki.
3. Pengaruh Selera konsumen (X3) terhadap permintaan (Y), menunjukkan bahwa variabel selera konsumen dengan nilai pvalue  $0,007 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel selera konsumen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kaos kaki.

## **2.Uji Signifikan Simultan (F)**

Uji koefisien regresi secara bersama-sama dilakukan dengan uji F (ANOVA). Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Pengujian dilakukan dengan uji F (ANOVA). Uji F menggunakan taraf signifikan 0,05 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan 95%,  $\alpha = 5\%$ . Hasilnya dapat dilihat pada Gambar 5.4 dibawah ini, sebagai berikut:

**Tabel 2. Uji Simultan (F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.752	3	58.917	27.952	.000 <sup>b</sup>
	Residual	61.127	29	2.108		
	Total	237.879	32			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan Tabel 2. Dilihat dari hasil regresi diatas nilai probability  $0,000 < 0,005$  maka keputusan yang diambil  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

### 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan pada Tabel 4 dibawah ini, sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.743	.716	1.45183

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan pada tabel 3 dapat diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0.862 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen sebesar 86.2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dengan nilai 13.8% dipengaruhi variabel lain diluar model.

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga, Pendapatan, Selera Konsumen terhadap permintaan kaos kaki Happy Toe di Pasaman Barat dan Bukittinggi. Regresi digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan variabel dependen bila variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi berganda dipakai untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Analisis regresi berganda juga digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel indenpenden terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi dapat dilihat pada tabel hasil uji *coefficient*. Hasil estimasi model regresi berganda sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.997	2.139		.933	.358
	HargaX1	.192	.116	.261	1.656	.109
	PendapatanX2	.215	.108	.262	1.993	.056
	SeleraKonsumenX3	.483	.165	.440	2.932	.007

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4. di atas, terlihat bahwa harga memiliki koefesien positif sebesar 0,192, dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,15. Dengan demikian, terdapat cukup bukti untuk menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap permintaan, sehingga hipotesis pertama diterima. Pendapatan memiliki koefesien positif sebesar 0,215 dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,10. Dengan demikian, terdapat cukup bukti untuk menyimpulkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap permintaan, sehingga hipotesis kedua diterima. Selera konsumen memiliki koefesien positif sebesar 0,483 dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,05. Dengan demikian, terdapat cukup bukti untuk menyimpulkan bahwa selera konsumen memiliki pengaruh positif terhadap permintaan, sehingga hipotesis ketiga diterima.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah ditemukan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Pada variabel harga (X1) dengan nilai signifikan  $0,109 < 0,15$  Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti harga (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan. Permasalahan utama pada komoditas produk kaos kaki Happy Toe di Pasaman Barat dan Bukittinggi adalah tingginya jumlah konsumsi yang tidak sebanding dengan jumlah produk kaos kaki Happy Toe. Yang mana, semakin tinggi harga dari produk kaos kaki Happy Toe, maka permintaan terhadap produk kaos kaki happy toe akan semakin rendah, dan begitu juga sebaliknya.

Pada variabel Pendapatan (X2) dengan nilai signifikan  $0,056 < 0,010$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti pendapatan (X2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan (Y). Tingkat pendapatan konsumen akan menunjukkan daya beli dari seorang konsumen. Semakin tinggi tingkat pendapatan maka akan semakin meningkat permintaan terhadap suatu barang tersebut.

Pada variabel selera konsumen (X3) dengan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti selera konsumen (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap permintaan(Y). Selera konsumen merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang.

Pada hasil uji F dapat dilihat bahwa dari hasil regresi diatas nilai probability  $0,000 < 0,005$  maka keputusan yang diambil  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Koefisien determinan dapat diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0.862 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 86.2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dengan nilai 13.8% dipengaruhi variabel lain diluar model.

## Daftar Pustaka

Alifia, Lutfie, (2018), Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki Pada PT.Soka Cipta Niaga.

Dimang. (1998). *Sajian Dasar Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta : Bina Aksara.

Darmawan, Supriyanto, Barliansah, Analisis Pengendalian Kualitas Produk Kaos Kaki Pada Mesin Rajut Kaos Kaki Dengan Menggunakan Peta Kendali  $P$  dan *Fishbone* di CV.XYZ.

Elvira, (2015), Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam).

Ferdian, Ali, (2021), Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Soka

Hasim, (2017) Tinjauan Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Kaos Kaki PT.Soka Cipta Niaga Bandung

Harahap, Erni Febrina, Edison, Lova, Yelnim, Yadewani. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Nur.

Harahap,Erni Febrina, Rezfiko Pratama. (2023). Pengaruh Jumlah Objek Wisata, Jumlah Hotel dan Tingkat Hunian Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Seluruh Kabupaten dan Kota di Sumatera Barat

Harahap,Erni Febrina, Riky Yenfriadi, Evi Susanti Tasri (2020). Analisis Faktor-faktor Yang mempengaruhi Permintaan Bawang Merah di Puau Sumatera

Harahap, Erni Febrina, Novi Delma Putri (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Rumah Tangga Dengan Pendapatan Perempuan Pedagang Buah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus di Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi)

Harahap,Erni Febrina, Muhammad Adnan Irsal, Irwan Muslim (2019). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Beras di Sumatera Barat

Putri, Sari, Rahma, (2022), Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset.

Sarwono, & Sunyoto. (2013). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: CAPS.

Sukirno, (2005). *Pengantar Teori Ekonomi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.