



---

## **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI BOYOLALI**

**Gerano Sukarno<sup>1)</sup>, Dwi Prasetyani<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

<sup>2)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Corresponding author: geranoskrn@gmail.com

---

### **ABSTRAK**

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, pakaian tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari. Maka dari itu segmen bisnis pakaian merupakan bisnis yang cukup menjanjikan, ditambah dengan beragamnya gaya hidup dan budaya yang ada di Indonesia. Skripsi ini bertujuan guna mengetahui faktor apa saja yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian pakaian. Faktor-faktor tersebut dapat diukur dengan menggunakan beberapa variabel, diantaranya adalah Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan. Skripsi ini adalah penelitian dengan menggunakan penelitian survey/wawancara dan data primer dari 130 responden yang berasal dari masyarakat Kabupaten Boyolali yang memiliki usai kerja yaitu 15-64 tahun. Teknik yang digunakan pada penelitian merupakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 16.0 menjadi analisis hipotesis. Hasil skripsi ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan masing-masing berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian..

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Keputusan Pembelian Pakaian.

**JEL Klasifikasi:** D40, L15, R30, L84, M31

This is an open-access article under the [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



---

### **1. PENDAHULUAN**

Masyarakat Indonesia saat ini tumbuh beriringan dengan era modernisasi dan globalisasi ekonomi. Modernisasi sendiri memiliki arti bahwa terjadi adanya perubahan sikap dan juga mentalitas masyarakat untuk hidup sesuai dengan tuntutan zaman. Sedangkan globalisasi ekonomi dapat dilihat dengan semakin banyaknya pusat perbelanjaan dan shopping mall yang tersebar di seluruh Indonesia. Pusat perbelanjaan dan shopping mall banyak diisi berbagai macam gerai produk pakaian. Pakaian yang disajikan memiliki berbagai macam bentuk, model harga, merek, baik pakaian dari dalam maupun luar negeri. Industri pakaian sangat menjanjikan untuk di jalani karena pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia, yang artinya kebutuhan yang harus dipenuhi selain pangan dan papan. Pertumbuhan produksi pakaian pun terus meningkat hingga tahun 2019 triwulan pertama. Pertumbuhan tersebut dilihat dari gambar 1 berikut:

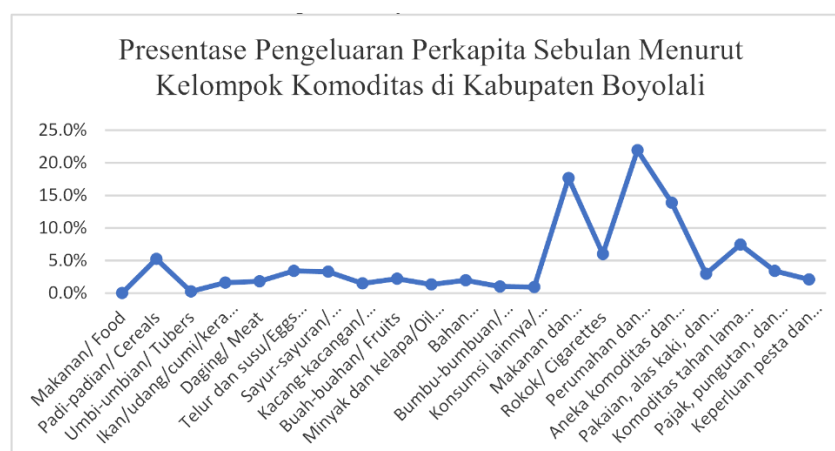


**Gambar 1. Pertumbuhan Produksi Pakaian Jadi tahun 2011-2019**

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Berdasar Gambar 1 menunjukkan bahwa pada periode tahun 2012 menunjukkan angka 4.15%. Kemudian di tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar 4,27% menjadi 8,42%. Selanjutnya pada tahun 2014 mengalami penurunan 6,55% sehingga turun menjadi 1,87%. Di tahun 2015 merupakan titik ter rendah pada periode pertumbuhan 2011-2019 dengan angka -10,86% yang kemudian di tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 3,71% menjadi -7,15%. Di tahun 2017 tren kembali naik menunjukkan pertumbuhan pada angka 4,97%. Tren kenaikan terus berlanjut pada tahun 2018 dan tahun 2019 pada triwulan 1 dengan angka masing-masing 13,7% dan 29,19%. Meningkatnya produksi pakaian jadi pada tiga tahun terakhir (2017-2019 triwulan 1) belum tentu diimbangi dengan pengeluaran masyarakatnya dalam mengkonsumsi pakaian tinggi. Sebagai contoh adalah Kabupaten Boyolali.

Boyolali adalah salah satu Kabupaten yang berada di Jawa Tengah memiliki jumlah penduduk sebanyak 984.807 jiwa yang tersebar di 22 kecamatan (BPS,2020). Pengeluaran masyarakat di Kabupaten Boyolali terhadap pakaian masih tergolong rendah. Dapat dilihat Gambar 2. Berikut:



**Gambar 2. Presentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kabupaten Boyolali Tahun 2019**

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Berdasarkan Gambar 2 pengeluaran perkapita dalam sebulan tahun 2019 terhadap pakaian, alas kaki, dan tutup kepala menunjukkan presentase sebesar 2,97%. Presentase tersebut lebih rendah dibandingkan dengan pengeluaran dalam membeli rokok sebesar 6%. Dapat dilihat pada pengeluaran terhadap keperluan pesta dan kenduri sebesar 2,1 % yang memiliki selisih 0,8% dengan presentasi pengeluaran terhadap pakaian, alas kaki, dan tutup kepala.

Meningkatnya pertumbuhan produksi pakain jadi di Indonesia selama tiga tahun terakhir baiknya diimbangi dengan tingkat pembelian pakaian yang tinggi pula. Tetapi karena berbagai macam budaya dan gaya hidup di Indonesia menjadikan tiap daerah memiliki pengeluaran terhadap pakaian yang berbeda-beda. Termasuk di Boyolali yang memiliki pengeluaran terhadap pakaian yang tergolong rendah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat di Boyolali dalam memutuskan membeli pakaian diantaranya adalah faktor harag, kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan yang diinginkan.

Topik keputusan pembelian telah banyak diangkat peneliti yang dikeluarkan secara resmi melalui jurnal. Dari beberapa penelitian sebelumnya terdapat variabel bebas yang diteliti untuk mencari faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu barang. Variabel tersebut adalah harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan. Pada penelitiannya Idris (2015) menghasilkan harag, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula Naufal dan Magnadi (2017) menghasilkan bahwa harag dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selliamanik (2018) dalam penelitiannya harga dan kualitas produk ber pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Revita, Friayasa, Kurniawan (2018) dalam penelitiannya menunjukkan adanya hubungan yang positif atau searah antara pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Ditambah dengan penelitian yang dilakukan oleh Umboh, Tumbel, Soepeno (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Aman dan Masreviastuti (2017) yang mendapatkan hasil kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dewi, Puji, Safitri (2020) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan tetapi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dilakukan oleh Ghanimata dan Kamal (2012) menyatakan bahwa ketiga variabel yaitu harga, kualitas produk, dan lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti keputusan pembelian yang dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumen dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pakaian di Boyolali*”.

## 2. METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data primer yang dilakukan terhadap masyarakat Kabupaten Boyolali dengan usia kerja 15-64 tahun.

### Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Boyolali. Cakupan penelitian ini adalah masyarakat Boyolali dengan usia kerja 15-64 tahun dengan periode waktu bulan Juni – Juli.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pencarian sampel ini adalah teknik simple random sampling yang dilakukan dengan cara acak. Populasi pada skripsi ini adalah masyarakat Kabupaten Boyolali dengan usia kerja 15-64 tahun. Penarikan jumlah sample menggunakan rumus *Slovin* hasilnya 99 responden.

### **Definisi Operasional Variabel**

Pada penelitian ini memiliki 4 variabel bebas, yaitu harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terkaitnya adalah Keputusan Pembelian.

### **Teknik Analisis Data**

Pengolahan data primer yang diperoleh dari skala *likert* adalah data yang berbentuk ordinal sehingga data tersebut tidak bisa diolah menjadi regresi. Sebelum data tersebut diolah maka data yang berbentuk nominal tersebut di transform ke dalam bentuk interval menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI) untuk selanjutnya dapat diolah.

Uji Validitas data digunakan pada langkah pertama dalam analisis data yang berguna untuk menunjukkan kinerja kuesioner dalam mewakili variabel mampu bekerja dengan baik untuk selanjutnya diuji kedalam uji reliabilitas. Uji Reliabilitas data adalah menguji tingkat konsistensi alat ukur sehingga mampu diandalkan dalam perhitungan analisis. Dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha Cronback*. Uji Normalitas untuk menguji persebaran data yang sudah diperoleh apakah sudah normal atau belum. Indikator untuk pengujian normalitas data ini dapat dilihat pada ada tidaknya kemiripan dari satu variabel dengan variabel lainnya.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model supaya tidak adanya kesamaan residual dalam penelitian dengan penelitian yang lainnya. Kemudahan uji Autokorelasi yaitu pengujian dengan tujuan untuk menguji adakah kesalahan pengganggu pada periode ini dengan periode yang sebelumnya. Kemudian untuk uji Hipotesis menggunakan pengujian regresi berganda antara variabel bebas dengan variabel terkait, bertujuan untuk memastikan apakah ada pengaruh variabel bebas independen dengan variabel terkait dependen

## **3. HASIL**

### **Uji Hipotesis**

Uji Hipotesis menunjukkan nilai sig. X1 (0,005), X2 (0,000), X3 (0,010), X4 (0,000). Jika hasil sig. kurang dari 0,05 maka variabel tersebut adalah signifikan terhadap Y, maka dapat dikatakan bahwa semua variabel X1, X2, X3, dan X4 signifikan terhadap Y.

### **Uji T-Statistik**

Uji T-statistik menunjukkan tabel T hitung ada variabel Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai masing-masing 2,873, 4,256, 2,608, 4,333 yang berarti lebih besar dari t tabel (1,978) sehingga dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y Keputusan Pembelian.

### **Uji F-Statistik**

Uji F-statistik berdasarkan yang telah dihitung memiliki nilai 48,558 lebih besar dari F tabel 2,44 sehingga variabel independen harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

### **Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,596 yang berarti besarnya pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pakaian di Boyolali sebesar 59,6% sedangkan untuk sisanya sebesar 40,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

## **4. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Memiliki responden berjenis kelamin laki-laki yang mendominasi dengan usia remaja dan didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki

pengaruh signifikan baik parsial maupun secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian pakaian di Boyolali. Memiliki besaran pengaruh variabel sebesar 59,6% dan 40,4% berada diluar penelitian.

### **Saran**

Bagi penjual pakaian di Boyolali agar memperhatikan harga yang sebanding dengan kualitas produk, lokasi yang dipilih baiknya memiliki parkir yang luas, berada di pusat keramaian karena konsumen tidak hanya sekedar membeli pakaian saja namun juga bisa menjadi saran rekreasi, serta pelayanan yang disajikan harus optimal berwawasan uas tentang produk yang dijual.

Untuk penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini seperti menambahkan faktor lain yang belum terdapat pada penelitian ini. Dengan demikian diharapkan memberikan kontribusi yang lebih baik pada penelitin selanjutnya.

## **5. REFERENSI**

- Aman, Y. Z., & Masreviastuti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Sokressh Di Cv. Kajeje Food Malang
- Alma, Buchori (2000). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. Alfabeta. Bandung.
- Armstrong, K. &. (2010). Principle of Marketing (thirteen). Prentice Hall
- Astuti, T. widarsa I.W.G.A.E.P.P.A.S. (2016) Analisis Data Untuk Variabel Outcome Berskala Nominal Dua Kategori (Binary Outcome)
- Badan Pusat Statistik (2019). Presentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kabupaten Boyolali.
- Baudrilliard, J. (2006). Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Blackwell RD, M.P and E.J (1995). Perilaku konsmen (Vol.6). Binarupa Aksara. Channey, David, (2004). Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif, Jalasutra, Yogyakarta
- Chasanah, S. U.(2015). Pemasaran Sosial Kesehatan. Deepublish
- Dewi, F., Puji, L. R., & Safitri, U. R. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Semarang
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (PAJUS). Medan
- Idris, Fajar. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang.
- Keller, K. dan. (2012). Manajemen Pamasaran. Erlangga.
- Kotler, Philip., K.K. lane. (2008). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian.Prenhallindo. commit to user
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta

- 
- Naufal, A. R., & Magnadi, R., H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
- Rahman, D. N. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngembel Asri Gunung Pati Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rares, Angelina & Jorie, J.R. (2015). The Effect of the Price, Promotion, Location, Brand Image, and Quality Products Towards the Purchase Decision of Consumer
- Revita, M. L., Frimayasa, A., & Kurniawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung
- Sadono. (2015). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers. Saifuddin, A. (2000). *Reabilitas dan Validitas*. Pustaka Belajar.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2009). *Economics nineteenth edition*. www.mhhe.com
- Samuelson. (2001) *Ilmu Makro Ekonomi (Vol. 1)*. PT Media Edukasi. Schiffman, L. G. and L.L.K (2000). *Consumer Behavior*. Prentice Hall Inc.
- Selliamanik, Irma. (2018). *Kualitas dan harga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Merk Mango*
- Setia, N., & Hendra D. (2019) *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sukrino. (2006). *Ekonomi Pembangunan. Proses, Masalah dan Kenijakan*. Kencana Prenada Media Group.
- Suroto (2000). *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Gajah Mada University.
- Tambulana, Monita Nur Fitriani. (2013). *Tren Mengonsumsi Pakaian Bekas Dikalangan Mahasiswa di Yogyakarta*
- Tasin, Islam. (2018). *Factor Affecting Consumer Purchase Behavior Towards Online Clothing Products in Bangladesh*
- Tjiptono, F., & Chandra G. (2001). *Service Quality And Satisfaction*. Andi. Yogyakarta
- Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). *Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square*
- Wahidmurni, D. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia