

***FACTORS INFLUENCING DECISIONS TO PURCHASE IKAT WOVEN FABRIC  
(CASE STUDY OF MAUBESI WOVEN MOTIVE JOINT BUSINESS GROUP, INSANA  
TENGAH-TTU DISTRICT)***

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN  
TENUN IKAT (STUDI KASUS KELOMPOK USAHA BERSAMA MOTIF TENUN  
MAUBESI KECAMATAN INSANA TENGAH-TTU)**

<sup>1</sup>*Dominikus Kopong Duli*

[dominuskopong@yahoo.co.id](mailto:dominuskopong@yahoo.co.id)

<sup>2</sup>*Maria A Naipoen*

<sup>1,2</sup>*Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor*

**ABSTRACT**

*The Maubesi Weaving Motif Joint Business Group is a business group that operates in the ikat weaving craft sector. Several types of woven fabric produced include Buna, Futus and Sotis. The woven fabric produced displays attractive motifs supported by good and convincing quality. The formulation of the problem is whether the diversity of motifs and quality of weaving influence the decision to purchase cloth, both partially and simultaneously. The aim of the research is to determine the influence of motif diversity and weaving quality on purchasing decisions for fabrics. The results of the t test analysis show that there is a significant influence of the variable motif diversity on purchasing decisions for woven fabric, as evidenced by  $t\text{-count} > t\text{-table}$  ( $4.373 > 2.010$ ). The weaving quality variable influences the decision to purchase fabric, as evidenced by  $t\text{-count} > t\text{-table}$  ( $5.184 > 2.010$ ). The variables of motif diversity and weaving quality simultaneously influence the decision to purchase fabric, as evidenced by  $F\text{-count} > F\text{-table}$  ( $15.533 > 3.19$ ).*

**Keywords :** *Diversity of motifs, weaving quality, purchasing decisions*

**ABSTRAK**

Kelompok Usaha Bersama Motif Tenun Maubesi merupakan kelompok usaha yang bergerak di bidang kerajinan tenun ikat. Beberapa jenis kain tenun yang dihasilkan diantaranya Buna, Futus dan Sotis. Kain tenun yang dihasilkan menampilkan motif-motif menarik didukung dengan kualitas olahan yang bagus dan meyakinkan. Rumusan masalah apakah keragaman motif dan kualitas tenun berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat baik parsial dan simultan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman motif dan kualitas tenun terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel keragaman motif terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat, dibuktikan dengan  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $4,373 > 2,010$ ). Variabel kualitas tenun berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat, dibuktikan dengan  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $5,184 > 2,010$ ). Variabel keragaman motif dan kualitas tenun secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat, dibuktikan dengan  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  ( $15,533 > 3,19$ ).

**Kata kunci :** *Keragaman motif, kualitas tenun, keputusan pembelian*

**PENDAHULUAN**

Negara Indonesia terdiri dari berbagai suku, agama, ras dan golongan diwarnai dengan aneka kultur dan budaya yang sangat beragam dan menarik perhatian berbagai kalangan, baik lokal regional maupun manca negara. Kultur dan budaya ini menjadi kearifan lokal dan tetap dilestarikan oleh masyarakat sejak turun temurun dan menyentuh berbagai generasi. Neununy (2021) mengemukakan bahwa kebudayaan di tiap daerah perlu dilestarikan karena memiliki makna atau arti dalam kesatuan suatu masyarakat adat. Salah satu budaya

yang menggambarkan adat istiadat daerah tertentu dan dipertahankan sebagai suatu kearifan lokal adalah kaintentun ikat.

Aktivitas masyarakat dalam menenun secara manual merupakan budaya yang menjadi kebanggaan masyarakat dan menjadi warisan budaya sampai dengan saat ini. Hasil tenun manual ini dinamakan kain tenun ikat yang menunjukkan identitas suatu daerah tertentu. Tenun ikat merupakan salah satu keanekaragaman warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan karena dapat memperkaya corak khas bangsa Indonesia dengan motif dan coraknya beraneka ragam (Rohmah 2021). Semakin banyak corak dan aneka ragam motif yang ditampilkan menunjukkan kekayaan budaya bangsa dan menjadi kebanggaan seluruh anak bangsa.

Nusa Tenggara Timur terdiri dari pulau-pulau, dan salah satu daerah penghasil kain tenun ikat. Jenis tenun ikat di Nusa Tenggara Timur antara lain : tenun ikat dari Sumba dengan corak khas binatang darat, binatang melata, air dan unggas, bunga serta ragam hias manusia. Warna coraknya adalah biru, cokelat, merah coklat dan lain-lain. Kain tenun ikat Sabu dengan corak tumbh-tumbuhan, bunga teratai. Kain tenun Alor dengan corak ikan, penyu, naga, gajah dengan warnahijau, hitam dan kuning. Flores dengan corak motif pada bisang tengah dan diulang-ulang dan berhenti pada jalur pembatas menggunakan warna warna seperti biru tua dan cokelat. Pulau Timor juga memiliki beraneka ragam corak dan motif mencerminkan budaya daerah tertentu.

Timor Tengah Utara (TTU) yang didiami suku Dawan memiliki budaya menenun sejak turun temurun dan hingga saat ini tetap terpelihara. Menenun suku Dawan menjadi budaya yang sangat menarik, karena proses menenun masih dilakukan secara tradisional atau manual namun hasilnya memiliki beraneka ragam motif dengan kualitas sangat baik. Karya menenun merupakan salah satu karya seni, unik dan mengagumkan, karena menggambarkan kearifan, kreativitas dan kemajuan budaya masyarakat setempat, dan juga mengandung nilai kemanusiaan universal. Nilai agama dan kebudayaan lokal mengarahkannya menjadi simbol dalam bentuk busana yang melambangkan kemuliaan penggunanya. Kehormatan seseorang, diantaranya dilihat dari model busana yang dikenakan. Hal itu menjadi alat identifikasi moralitas, karakter dan status seseorang atau kelompok tertentu. Motif bagi masyarakat Timor tengah Utara diyakini mempunyai nilai dan makna tertentu. Dengan menggunakan busana dengan motif tertentu orang dapat mengetahui latar belakang kehidupan pemakainya.

Desa Maubesi di Kecamatan Insana Tengah memiliki kelompok usaha tenun ikat, yang diberi nama Kelompok Usaha Bersama Motif Tenun Desa Maubesi. Kelompok ini menyediakan kain tenun ikat dengan berbagai ragam motif untuk dijual (keragaman rodok). Alma (2016) mengemukakan bahwa Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pejual tertentu kepada konsumen. Keragaman motif yang disediakan kelompok tenun ikat adalah motif Insana antara lain : buna, futus/ikat, sotes/lotis biasa, sotis tiga warna /kuib teno dan sotes empat warna/kuib ha. Konsumen dapat memilih motif tertentu sesuai dengan selera dan kemampuan membeli atau daya belinya. Daya beli konsumen tentu Monaca pada *marketing mix* yakni product, harga, lokasi, promosi. *Marketing mix* memiliki arti sejumlah alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju. (Philip Kotler 1997). Produk dengan kualitas yang bagus, harga terjangkau, tempat atau lokasi yang mudah dijangkau, promosi meyakinkan tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian produk.

Kualitas kain tenun ikat yang dihasilkan kelompok tenun Maubesi dalam kate gori baik, sehingga diminati banyak konsumen. Tenun ikat dilakukan secara manual, dikerjakan dengan sangat hati-hati dan hasilnya menunjukkan kualitas baik dan dapat memikat minat para konsumen. Semakin baik kualitas makin banyak orang meminatinya dan dapat membelinya. Berikut ditampilkan data penjualan kain tenun ikat kelompok tenun desa Maubesi tahun 2017 sampai dengan 2021.

**Tabel 1. Data Pembelian Konsumen Pada Kelompok Tenun Ikat Maubesi 201-2021**

Tahun	Jenis Kain/Motif Tenun Ikat					Jumlah
	Buna	Futus/ikat	Sotis biasa	Sotis 3 warna	Sotis 4 warna	
2017	160	140	200	155	140	795
2018	130	143	221	110	160	764
2019	110	125	120	120	125	600
2020	120	135	125	111	130	621
2021	155	121	125	145	155	701
Jumlah	675	664	791	641	710	3481

*Sumber data : Kelompok Tenun Ikat Maubesi 2022.*

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa konsumen mempunyai banyak pilihan dalam hal keputusan membeli kain tenun ikat. Dengan variasi keragaman motif kain tenun, serta kualitas tenun dan didukung oleh kemampuan daya daya beli, konsumen dapat memilih, memperhatikan dengan teliti berkaitan dengan kualitas tenun akhirnya mengeluarkan uang untuk membeli kain tenun ikat.

Data pemasaran atau pembelian tenun ikat dari konsumen selama lima tahun (2017-2021) menunjukkan jumlah cukup signifikan yakni sebanyak 3481 lembar. Jumlah pembelian terbanyak untuk lima motif ini terjadi di tahun 2017 yakni 795 lembar. Sedangkan pembelian terendah tahun 2019 yakni 600 lembar. Motif yang paling banyak diminati adalah sotis biasa berjumlah 791 lembar, dengan jumlah pembelian tertinggi di tahun 2018 yakni 221 lembar. Sedangkan jumlah pembelian dari terendah di tahun 2019 yakni 120 lembar. Data pembelian kain tenun ikat terbanyak kedua yaitu : sotis empat warna 710 lembar dengan jumlah pembelian terbanyak di tahun 2018 yakni 160 lembar. Sedangkan jumlah pembelian terendah di tahun 2019 yakni 125 lembar. Pembelian kain tenun ikat terbanyak ketiga adalah motif buna yakni 675 lembar. Jumlah pembelian motif buna terbanyak di tahun 2017 yakni 160 lembar, sedangkan pembelian terendah tahun 2019 yakni 110 lembar. Pembelian terbanyak keempat adalah motif futus/ikat yakni 664 lembar. Pembelian terbanyak di tahun 2018 yakni 143 lembar, sedangkan jumlah pembelian terendah tahun 2021 yakni : 121 lembar. Pembelian kain tenun terbanyak kelima adalah sotis tiga warna berjumlah 641 lembar. Pembelian terbanyak motif sotis tiga warna terjadi pada tahun 2017 berjumlah 155 lembar, sedang jumlah pembelian terendah terjadi pada tahun 2018 yakni 110 lembar.

Pembelian kain tenun ikat oleh konsumen mempunyai beberapa tujuan. Ada yang bertujuan untuk urusan adat, konsumsi sendiri, mempertahankan nilai budaya dan sebagainya. Dengan memakai kain tenun motif tertentu menunjukkan status sosial seseorang dan menjadi kebanggaan kaum tertentu. Kain tenun Insana motif buna adalah motif dengan nilai budaya paling tinggi. Kain buna dengan rancangan khas hanya bisa dikenakan oleh orang bangsawan (Raja/Usif) dengan status sosial lebih tinggi dari masyarakat biasa. Oleh karena nilai budayanya tinggi dan kualitas tenunnya juga baik maka harganya tinggi pula. Untuk tujuan tertentu walaupun tinggi harganya konsumen tetap membelinya. Selain motif buna atau motif tenun lainnya juga tetap menjadi incaran para konsumen untuk membelinya. Hal yang menjadi kunci untuk memacu minat konsumen untuk membeli kain tenun adalah keragaman motif dengan kualitas kain tenun ikat yang baik dan menyenangkan (kualitas produk).

Fokus penelitian ini tertuju pada keragaman motif atau keragaman produk dan kualitas tenun ikat atau kualitas produk dimana keduanya mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah dan Aprianti (2020) dengan judul Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima berkesimpulan bahwa keragaman produk mengacu pada pemilihan komoditas yang bervariasi dalam segala hal termasuk model, ukuran dan ketersediaan. Searah juga dengan penelitian yang dilakukan Juvianti dan Tiurniari Purba dengan judul Pengaruh Keragaman Produk, kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Trisigma Globalindo berkesimpulan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah keragaman motif dan kualitas tenun ikat . Dengan demikian masalahnya dapat dirumuskan sebagai berikut : apakah keragaman motif dan kualitas tenun ikat secara parsial dan berganda berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat ? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun berganda variabel keragaman motif dan kualitas tenun terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat pada Kelompok Tenun Desa Maubesi, kecamatan Insana Tengah. Manfaat penelitian adalah sebagai informasi bagi kelompok tentang bagaimana animo konsumen terhadap keputusan pembelian. Selain itu sebagai sumbangsih dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut : 1) keragaman motif (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat (Y), 2) kualitas tenun ikat (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat (Y), 3) keragaman motif (X1) dan kualitas kain tenun ikat (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat (Y).

## METODE

Penelitian ini berfokus pada para konsumen yang datang berbelanja kain tenun ikat pada Kelompok Tenun Ikat Desa Maubesi. Konsumen yang datang hendak berbelanja kain tenun ikat jumlahnya tidak diketahui sehingga teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik insidental. Ukuran sampel (jumlah sampel) ditetapkan menggunakan teknik Ferdinan dalam Nafanu (2012) yaitu 5-10 dikalikan dengan jumlah indikator. Variabel penelitian ini berjumlah 3 variabel yakni 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Sedangkan indikatornya berjumlah : 10 sehingga jumlah sampelnya sebesar : 50 responden (5x10) . Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk diisi jawabannya. Uji-uji statistik menggunakan aplikasi SPSS 20. Kuesioner sebelum dibagikan kepada responden terlebih dahulu instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan valid ataukah tidak ? uji validitas menggunakan korelasi Pearson,  $r$  dengan standar koefisien  $\geq 0,30$ . Jika  $r \geq 0,30$  maka item pernyataan valid . sebaliknya jika  $r \leq 0,30$  maka item pernyataan tidak valid dan perlu dibuang atau diganti. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pearson Corelation Item	Corected Item Total Corelation	Keterangan
Keragaman motif (X1)	X1.1	0,759	Valid
	X1.2	0,759	Valid
	X1.3	0,728	Valid
Kualitas Tenun (X2)	X2.1	0,734	Valid
	X2.2	0,737	Valid
	X2.3	0,789	Valid

Keputusan Pembelian (X3)	X2.4	0,814	Valid
	Y.1	0,801	Valid
	Y.2	0,757	Valid
	Y.3	0,679	Valid

Sumber data : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 2 di atas, hasil uji validitas dari 10 item pernyataan berdasarkan *Corrected Item Corelation* (r) menunjukkan bahwa  $r \geq 030$  sehingga layak digunakan. Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi. Pengujian menggunakan Crobach's Alpha  $> 0,60$ , pada taraf signifikansi 5% . Jika Crobach's Alpha  $> 0,60$  reliabel dan sebaliknya Crobach's Alpha  $< 0,60$ , tidak reliabel. Data hasil uji reliabilitas pada tabel berikiut :

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Crobach's Alpha	Keterangan
Keragaman motif (X1)	0,606 $> 0,60$	Reliabel
Kualitas Tenun (X2)	0,769 $> 0,60$	Reliabel
Keputusan Pembelian (X3)	0,602 $> 0,60$	Reliabel

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa Crobach's Alpha X1, X2 dan X3  $> 0,60$ . Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel. Uji asumsi klasik :

**uji normalitas** untuk melihat apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak ? uji normalitas menggunakan teknik One Sample Kolmogorov-Smirnov. Berikut data tentang hasil uji normalitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov.**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	OE-7
	Std. Deviation	.86203995
Most Extreme Differences	Absulute	.121
	Positif	.121
	Negatif	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.856
Asymp. Sig. (2-tailed)		.457

a. Test Distribution is Normal

b. Calculateed from data

Uji normalitas menggunakan kriteria keputusan sebagai berikut jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal sebaliknya jika signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas sesuai tabel di atas menunjukn bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,457 berarti nilai signifikansi lebih besar maka disimpulkan bahwa data untuk setiap variabel berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas** dimaksudkan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna untuk model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi sempurna atau mendekati sempurna. Uji Multikolinearitas menggunakan teknik dengan cara melihat nilai Tolerance dan Inflation Fakctor (VIF) pada out tabel *Coefficient*. Kriteria keputusan sebagai berikut jika nilai tolernce  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka antar variabel bebas tidak terdapat gejala multikolonearitas. Sebaliknya jika nilai tolernce  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$  maka antar variabel bebas terdapat gejala multikolinearitas. Tabel 5 berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas.

**Tabel 5. Hasil Uji multikolinearitas Coefficient<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.	Colinearity Statistics	
	B	Std.Error				Tolerance	VIF
(Constant)	3.464	1.284		2.699	.010		
Keragaman Moitif	.266	.153	.256	1.746	.087	.595	1.681
Kualitas Tenun	.381	.107	.436	2.971	.005	.595	1.681

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

Tabel coeficient di atas menunjukkan bahwa kedua variabel bebas menunjukkan nilai tolerance  $0,595 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,681 < 10$  disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terdapat gejala multikolonearitas.

**Uji Autokorelasi** dimaksudkan untuk melihat apakah pada model regresi ada korelasi antar residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya. Regresi yang baik adalah tidak terdapat masalah autokorelasi. Uji menggunakan teknik Durbin-Watson (DW test). Kriteria keputusan jika  $d < dL$  atau  $d > 4-dL$  artinya terdapat autokorelasi. Jika  $dU < d < 4-dU$  artinya tidak terdapat autokorelasi. Jika  $dL < d < dU$  atau  $4-dU < d < 4-dL$  artinyatidak ada kesimpulan. Nilai dU dan dL dapat dilihat pada tabel statistik Durbin-Watson (Santosa, 2005).

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary<sup>b</sup>**

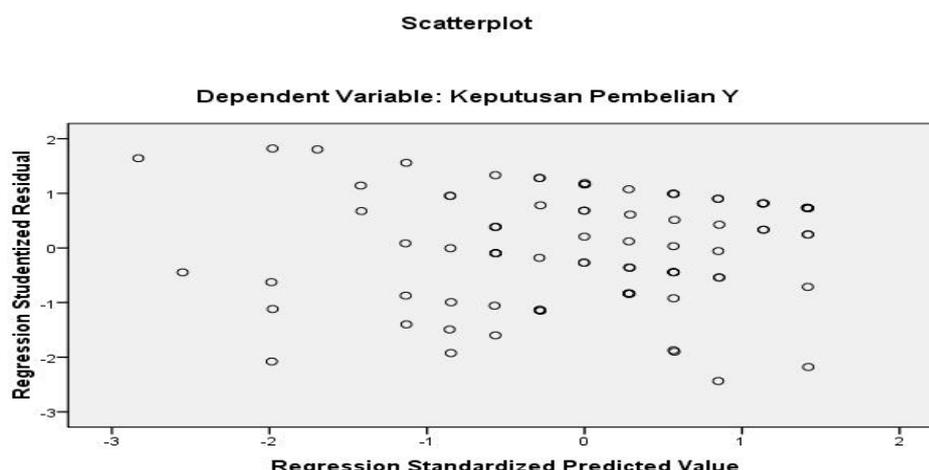
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.631 <sup>a</sup>	.398	.372	.88019	1.860

a. Predictors : (Constant), Kualitas Tenun, Keragaman Motif

b. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

Tabel uji autokorelasi di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,681 dengan nilai dU 1,6283 dan nilai dL 1,4625. Hasil di atas dapat disimpulkan bahwa nila DW (1,860) terletak diantara dU(1,6283) dan nilai 4-dL(2,5375) atau  $1,6283 < 1,860 < 2,5375$  berarti pada model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

**Uji Heteroskedastisitas** : dimaksudkan untuk menguji apakah pada model regresi ini terjadi ketidaksamaan variance dan residual suatu penganan dengan pengamatan lainnya. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat pola scatter-plot pada output uji heteroskedastisitas. Kriteria keputusan apabila scatter-plot tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas maka model regresi dapat dipakai. Sebaliknya jika pada titik-titik scater-plot membentuk pola tertentu maka disimpulkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas maka model regresi tidak dapat dipakai.



**Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji heteroskedastisitas terlihat bahwa scatter-plot menunjukkan penyebaran titik-titik residual tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

**Uji Linearitas** : untuk melihat linearitas tiap variabel bebas dengan variabel terikat. Keputusan linearitas dapat dilihat nilai *F deviation from linearity* pada output uji linearitas. Jika *F deviation from linearity* >  $\alpha$  (0,05) maka asumsi linearitas terpenuhi. Sebaliknya jika *F deviation from linearity* <  $\alpha$  (0,05) maka disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang linear. Uji linearitas keragaman motif (X1) terhadap Keputusan Pembelian.

**Tabel 7. Hasil Uji Linearitas Keragaman Motif Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

			Annova Table				
			Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Keragaman Motif	Between Groups	Combined)	18.333	3	6.111	6.669	.001
		Linearity	17.230	1	17.230	18.805	.000
		Deviation from Linearity	1.103	2	.551	.602	.552
Within Groups			42.147	46	.916		
Total			60.480	49			

Tabel Annova di atas menunjukkan bahwa signifikansi *linearity*  $0,000 < \alpha$  (0,05) dan *Deviation from Linearity*  $> \alpha$  ( $0,552 > 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa antara variabel keragaman motif dengan variabel keputusan pembelian terdapat hubungan linear.

**Tabel 8. Hasil Uji Linearitas Kualitas Tenun (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

		Annova Table				
		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.

		Combined)	28.555	4	7.139	10.063	.000
	Between	Linearity	21.707	1	21.707	30.597	.000
	Groups						
Keputusan		Deviation from	6.849	3	2.283	3.218	.031
Pembelian *		Linearity					
Keragaman Motif	Within Groups		31.925	45	.709		
	Total		60.480	49			

Berdasarkan hasil uji linearitas (tabel Anova) di atas terlihat bahwa signifikansi kurang dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa antara kualitas tenun ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian kain tenun ikat ( $Y$ ) terdapat hubungan linear.

**Analisis Regresi sederhana :**

Pengaruh Keragaman motif ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat ( $Y$ ). Berikut output data pengaruh Keragaman motif ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat ( $Y$ ).

**Tabel 9. Hasil Analisis Keragaman produk Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 <sup>a</sup>	.285	.270	.94924

a. Predictors : (Constant) Keragaman Motif

Output di dalam tabel summary di atas menunjukkan nilai koefisien R Square sebesar 0,285 artinya besar pengaruh Keragaman Motif terhadap Keputusan Pembelian kain tenun ikat sebesar 28,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Model regresi dapat dibentuk dengan memperhatikan Coefficient pada tabel 11 berikut.

**Tabel 10. Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.907	1.282		3.829	.000
1 Keragaman Motif	.555	.127	.534	4.374	.000

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian.

Model Regresi :  $Y = 4,907 + 0,555X_1 + e$ .

Pada model regresi di atas dapat dijelaskan bahwa jika tidak ada perubahan nilai variabel  $X_1$  maka keputusan pembelian sebesar 4,907. Akan tetapi jika nilai variabel keragaman motif ( $X_1$ ) berubah sebesar satu-satuan maka variabel  $Y$  akan bertambah sebesar 0,555.

Berikut disajikan output pengaruh variabel kualitas tenun terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat.

**Tabel 11. Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Tenun ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.599 <sup>a</sup>	.359	.346	.89877

a. Predictors : (Constant) Kualitas Tenun

Output di dalam tabel summary di atas menunjukkan nilai koefisien R Square sebesar 0,359 artinya besar pengaruh kualitas tenun terhadap Keputusan Pembelian kain tenun ikat sebesar 35,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Model regresi dapat dibentuk dengan memperhatikan Coefficient pada tabel 13 berikut :

**Tabel 12. coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.516	1.158		3.901	.000
1 Kualitas Tenun	.437	.084	.599	5.184	.000

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian.

Model Regresi :  $Y = 4,516 + 0,437 X_2 + e$

Pada model regresi di atas dapat dijelaskan bahwa jika tidak ada perubahan nilai variabel kualitas tenun ( $X_2$ ) maka keputusan pembelian sebesar 4,516. Akan tetapi jika nilai variabel kualitas tenun ( $X_2$ ) berubah sebesar satu-satuan maka variabel Y akan bertambah sebesar 0,437.

**Analisis Regresi Berganda** : analisis berganda bertujuan untuk menguji secara serempak pengaruh variabel keragaman motif dan kualitas kain tenun terhadap keputusan pembelian. Hasil uji berganda dapat dilihat pada output-output dalam tabel 14 berikut ini.

**Tabel 13. Hasil Uji Serempak Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 <sup>a</sup>	.398	.3726	.88019

a. Predictors : (Constant) Keragaman Motif, Kualitas Tenun

Output di dalam tabel summary di atas menunjukkan nilai koefisien R Square sebesar 0,398 artinya besar pengaruh keragaman motif dan kualitas tenun terhadap Keputusan Pembelian sebesar 39.8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Model regresi berganda dapat dibentuk dengan memperhatikan Coefficient pada tabel 15 berikut :

**Tabel 14. Hasil Uji Berganda coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.464	1.284		2.699	.010
Keragaman Motif	.266	.153	.256	1.746	.087
Kualitas Tenun	.318	.107	.436	2.971	.005

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda pada tabel 15 di atas dapat dibentuk model regresi berganda.

$$Y = 3.464 + 0,266X_1 + 0,318X_2 + e$$

Pada model regresi berganda di atas dapat dijelaskan bahwa : jika tidak ada perubahan variabel keragaman motif dan kualitas tenun maka nilai keputusan pembelian sebesar 3.464. Jika ada perubahan pada variabel keragaman motif dengan asumsi bahwa variabel kualitas tenun konstan atau tidak berubah maka keputusan pembelian akan bertambah sebesar 0,256. Selanjutnya jika variabel kualitas tenun berubah sebesar satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel keragaman motif konstan atau tetap maka variabel keputusan pembelian bertambah sebesar 0,436.

**Uji Hipotesis :** Hipotesis diuji secara parsial menggunakan uji “t”. Uji “t” digunakan untuk mengetahui signifikansi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan uji “t” sebagai berikut : apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada derajat kebebasan (dk)  $n-2$  dengan alfa 0,05 maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada derajat kebebasan (dk)  $n-2$  dengan alfa 0,05 maka disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikansi antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat menggunakan uji F. Kriteria pengambilan keputusan uji F sebagai berikut : apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada derajat kebebasan (dk1) :  $k-1$  dan dk2:  $n-k$  dengan alfa 0,05 maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada derajat kebebasan (dk1) :  $k-1$  dan dk2:  $n-k$  dengan alfa 0,05 maka disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

- 1) Uji t. (a) Pengaruh keragaman motif (X1) terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat (Y). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 16 berikut :

**Tabel 15. Uji t Variabel Keragaman Motif (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y)**  
coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.907	1.282		3.829	.000
1 Keragaman Motif	.555	.127	.534	4.374	.000

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian.

Hasil pada tabel 16 di atas menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  4.374 sedangkan  $t_{tabel}$ nya 2.010. hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.374 > 2.010$ ) dan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara keragaman motif terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat.

- (b) Pengaruh kualitas tenun (X2) terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat (Y). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 17 berikut :

**Tabel 16. Uji t Variabel Kualitas Kain (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y)**  
coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.516	1.158		3.901	.000
1 Kualitas Tenun	.437	.084	.599	5.184	.000

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian.

Output pada tabel 17 di atas menunjukkan bahwa t- hitung 5.184 sedangkan t-tabelnya 2.010. hal ini berarti t- hitung > t-tabel (5.184 >2.010) dan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas tenun terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat.

2) Uji F. Pengaruh keragaman motif (X1) dan kualitas kain tenun (X2) terhadap Keputusan pembelian kain tenun ikat (Y). Hasil analisis pengaruh variabel keragaman motif dan kualitas tenun terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat dapat dilihat pada tabel 18 (Annova) berikut :

**Tabel. 17. Uji F Variabel Keragaman Motif (X<sub>1</sub> Dan Kualitas Tenun (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y)**

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig.
Regression	24.067	2	12.034	15.533	.000 <sup>b</sup>
Residual	36.413	47	.775		
Total	60.480	49			

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

b. Predictors : (Constant), Kualitas Tenun, Keragaman Motif

Output pada tabel di atas menunjukkan bahwa F-hitung 15.533 dan F-tabel 3,19, berarti F-hitung lebih besar F-tabel ( $15.533 > 3,19$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman motif (X1) dan kualitas tenun (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Keragaman Motif (X1 terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y).**

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa keragaman motif berpengaruh pada keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $4.374 > 2.010$ ) pada taraf signifikansi 0,05. Pernyataan secara keseluruhan dari responden tentang keragaman motif yang dihasilkan kelompok penenun telah menggambarkan keinginan konsumen. Banyak konsumen baik di dalam desa maupun di luar desa Maubesi menginginkan keanekaragaman motif yang memiliki corak dan nilai budaya tinggi. Motif tenun tradisional mempunyai ciri khas motif dengan pola geometris, karena pada dasarnya teknis tenun adalah penganyaman benang lusi dan pakan (Salma, Eskak dan Wibowo 2016). Keragaman motif memiliki ragam hias dan ragam warna dari benang yang berbeda-beda. Benang engan warna berbeda di kombinasikan dalam tenunan dan menghasilkan kain-kain yang beraneka ragam. Hasil tenunan berupa kain-kain tenun ikat menjadi daya tarik tersendiri karena ada keindahan motif pada kain-kain tersebut. Dengan keaneka ragam motif banyak konsumen meminati dan mengambil keputusan untuk membelinya, dan dapat pula merekomendasikan kepada orang lain untuk membelinya pula. Makin banyak kain tenun bermotif bagus dan indah tentu akan makin banyak pula konsumen tertarik untuk membelinya. Dari uraian teoritis di atas dapat memperkuat hipotesis pertama yang berbunyi : Keragaman Motif (X1 terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y).

### **Pengaruh Kualitas Tenun (X2) terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat .**

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas tenun dengan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $5.184 > 2.010$ ) pada taraf signifikansi 0,05. Banyak responden berpendapat hasil tenunan memiliki motif yang bagus dan kualitas tenun yang baik juga. Benang-benang yang beraneka

warna sebelum digunakan untuk menenun terlihat dahulu dikencangkan dengan sangat rapih menggunakan alat tradisional sehingga terjamin kualitasnya. Hasil tenunan dengan kualitas yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apalagi didukung dengan harga terjangkau, nilai budaya tinggi. Kualitas adalah Dsuatu karakteristik produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan tidak terlihat (Kotler dan Amstrong, 2012). Dengan motif dan kualitas yang bagus memaksa kelompok atau konsumen tertentu untuk membelinya karena tuntutan adat, tradisi dan budaya tertentu. Dalam kondisi ini memaksa konsumen tertentu untuk membelinya, walaupun harganya tinggi mereka berusaha untuk dapat menjangkaunya. Dari uraian teoritis diatas dapat memperkuat hipotesis kedua yang berbunyi : Kualitas Tenun (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat.

#### **Pengaruh Keragaman Motif (X1 dan Kualitas Tenun (X2) terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y).**

Hasil analisis menunjukkan bahwa keragaman motif (X1 dan pengaruh kualitas tenun (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel ( $15.533 > 3,19$ ) pada taraf signifikansi 0,05. Keragaman motif dari kain-kain tenun tradisional dengan kombinasi corak yang beraneka ragam menciptakan keindahan yang elok dipandang mata oleh pencinta motif tenun. Benang-benang yang dibeli dari toko-toko atau kios, sebelum digunakan diberi sat warna untuk menyesuaikan motif tertentu yang mencerminkan kehidupan kaum tertentu pula. Makin banyak motif tentu diminati oleh banyak konsumen. Dengan demikian dibutuhkan kreativitas penenun agar lebih banyak variasi motif untuk dihasilkan sebagai bukti kreativitas penenun. Tentu akan berpengaruh pada pendapatan penenun karena makin banyak pembeli yang akan membelinya. Tidak cukup selebar kain tenun hanya mengandalkan motifnya yang indah, namun lebih dari itu. Perlu memperhatikan kualitas tenun yang baik dan kuat. Tenun dengan kualitas bagus akan mempengaruhi minat dan keputusan pembelian. Kualitas yang baik ditandai dengan kondisi tahan lama dalam hal penggunaan, tidak mudah kusan ataupun tidak pudarmotifnya dan kualitasnya ketikahujan tau kena terik matahari. Makin banyak keaneka ragam motif dengan kualitas yang bagus untuk digunakan akan mempengaruhi keputusan membeli dari konsumen. Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan dan uraian-uraian teoritis di atas maka dapat memperkuat hipotesis ke tiga yang menyatakan bahwa : Keragaman Motif (X1 dan Pengaruh Kualitas Tenun (X2) terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat (Y).

#### **SIMPULAN**

Keragaman motif adalah sesuatu yang sangat diinginkan oleh konsumen karena dapat memenuhi selera dan keinginannya. Makin banyak kain motif yang dihasilkan akan semakin banyak menarik konsumen atau calon pembeli. Motif beraneka ragam : Buna, Futus/Ikat, Sotis Biasa, Sotis tiga warna, Sotis empat warna yang dihasilkan sudah cukup mendorong konsumen untuk membelinya. Motif motif yang ada perlu dikombinasikan dengan berbagai corak, seni dan keindahan dapat menarik minat dan keutusan pembelian., apalagi didukung dengan kualitas bagus dan harga terjangkau. Motif dan corak yang ada dipertahankan dan terus dikreasikan untuk menambah motif-motif baru yang lebih indah yang pada gilirannya akan menarik minat beli darikonsumen.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Ardiansyah, F.& Aprianti, K. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima. Jurnal BRAND, 2(2), 163–169.

- Aquidowaris Manek; Desmon Redikson Manane; Nurul Huda; Yakoba . E. R. Kase (2022) 'PENGARUH MANAJEMEN KONFLIK TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN (STUDI KASUS PADA RUMAH JAHIT K'-ONK (RJK) DI', *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(4), pp. 52–66. Available at: <http://jurnal.unimor.ac.id/index.php/JIE/article/view/3770>.
- Ahmida Nikmayku Rohma, Hapsari Kusumawardani, Endang Prahastuti. Studi Tentang Tenun Ikat Di Home Industry Telaga Sari Trenggalek. [Hapsari.kusumawardani.ft@ac.id](mailto:Hapsari.kusumawardani.ft@ac.id). Universitas Negeri Malang, Malang, Jawa Timur.
- Herdiana, Nana, 2015. Manajemen Strategi Pemasaran, CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Irfa'ina Rohana Salma, Dana Kurnia Syabana, Yudi Satria dan Robets Cristianto. Divesifikasi Produk Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur Dengan Paduan Teknik Tenun dan Teknik Batik. [irfasalma@gmail.com](mailto:irfasalma@gmail.com). Balai Besar Kerajinan dan Batik. Yogyakarta
- Manane, Desmon Redikson; Taolin, Maximus L. ;Babulu, N.L. (2022) 'THE INFLUENCE OF LABOR , CAPITAL , AND MANAGEMENT ON THE PRODUCTIVITY OF IMKM ASSISTED BY THE DINAS PERINDUSTRIAN', 11(03), pp. 686–691.
- Kotler, Philip & Amstrong 2011. Prinsip-Prinsip Pemasaran. PT. Malanan Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Purnama, Yanti 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Deterjen Rinso). FE USD . Yogyakarta.
- Septia S.Dioh. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Tenun Ikat NTT. Studi Kasus Pada Toko Ina Ndao 2 TDM, Kupang