

BERMINATKAH MASYARAKAT PADA BATIK JAMBI...?

Effiyaldi

STIKOM Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

email: tanjab67@yahoo.co.id

ABSTRACT

The low buying interest of society to Batik Jambi is an issue raised in this study. This study aims to measure how much the public interest in Jambi batik of variables; selling price, product quality and product design. The results show that the variable selling price, product quality and product design are examined contained no significant effect on the public interest against the city of Jambi batik. Should be new break throughs and benchmarking and or cooperation with other regions that have been successful in raising batik to the national market and international market.

Keywords: batik jambi; product design against buying interests; product quality; selling prices

ABSTRAK

Rendahnya minat beli masyarakat terhadap Batik Jambi merupakan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat kota Jambi terhadap batik Jambi dari variabel; harga jual, kualitas produk dan desain produk. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa variabel harga jual, kualitas produk dan desain produk yang diteliti tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat terhadap batik Jambi. Harus dilakukan terobosan baru dan benchmarking dan atau kerja sama dengan daerah lain yang telah sukses membawa batik ke pasar nasional dan pasar internasional.

Kata kunci: batik jambi; desain produk terhadap minat beli; harga jual; kualitas produk

Detail Artikel :

Diterima : 9 Mei 2018

Disetujui : 1 Juli 2020

[DOI : 10.22216/jbe.v5i2.3444](https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.3444)

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu karya seni asli milik bangsa Indonesia. Sebagai sebuah karya seni, batik mengandung nilai-nilai keindahan. Secara fisik, batik merupakan bahan tekstil hasil pewarnaan secara perintang dengan menggunakan lilin batik sebagai zat perintang, berupa batik tulis, batik cap atau kombinasi tulis dan cap. Desain atau motif yang ada pada sehelai kain batik kebanyakan diangkat dari nuansa alami, sehingga kain batik dengan motif demikian juga dianggap masyarakat terutama pecinta batik sudah dianggap sebagai sebuah karya seni natural. Tidak saja sebagai sebuah karya natural, kain batik juga dianggap sebagai karya budaya karena diangkat dari hasil karya yang mempunyai nilai-nilai luhur dari suatu bangsa (bangsa Indonesia) dan sebagai wujud penghargaan terhadap identitas bangsa, sehingga batik Indonesia sudah masuk dalam daftar refrenatif budaya tak benda warisan manusia oleh Organisasi Pendidikan dan Kebudayaan Bangsa-bangsa (Unesco) (Heriab, n.d.).

Perkembangan batik Jambi diawali dengan sejarah zaman dahulu. Awalnya pada tahun 1875, batik Jambi hanya dipakai sebagai pakaian adat bagi kaum bangsawan/raja Melayu Jambi. Adalah Haji Muhibat beserta keluarga datang dari Jawa Tengah untuk menetap di Jambi. Dalam kesehariannya, Haji Muhibat memperkenalkan cara pengolahan batik. Pada awal batik Jambi digagas, motif batik yang digunakan masih terbatas pada motif-motif yang berlatar belakang konsep ragam hias. Hal ini dapat dilihat dari berbagai ragam hias dan ornamen yang ada dalam lingkungan adat melayu Jambi, seperti yang terdapat pada ukiran rumah adat melayu Jambi (Kajang Lako) dan pada pakaian pengantin melayu Jambi. Pada awalnya penggunaan motif batik Jambi, pada dasarnya sejak dahulu tidak ada kaitannya dengan pembagian kasta menurut adat, akan tetapi penggunaan batik jambi masih dianggap sebagai pakaian yang masih bersifat eksklusif pemakaiannya dan masih terbatas di lingkungan istana. Tetapi seiring dengan perubahan dan perkembangan zaman dai masa ke masa, motif-motif batik yang biasa hanya dipakai oleh raja dan keluarganya sekarang sudah tidak dilarang lagi dipakai oleh rakyat biasa, dalam arti kata batik Jambi sudah menjadi produk/pakaian yang bersifat umum yang dapat dan boleh digunakan oleh siapa saja. Perubahan yang demikian berdampak pada meningkatkan permintaan batik jambi dan dampak yang sangat terasa yang muncul adalah terjadi perkembangan usaha batik di Jambi yang dikerjakan secara sederhana sebagai usaha kerajinan rumah tangga (Erw, n.d.)

Menurut (Erw, n.d.), mengenai motif batik tradisional Jambi, saat ini telah mengalami perkembangan yang signifikan. Banyak pengrajin batik jambi yang bermunculan, sehingga jumlahnya telah mencapai kurang lebih sebanyak 40 motif. Perkembangan ini dipicu pula oleh dampak dari perkembangan selera pasar dan perkembangan wilayah pemekaran di kota Jambi dan provinsi Jambi. Jika ditilik secara detil, suatu motif yang terdapat pada batik, secara umum motif tersebut terdiri dari Ornamen Pokok, Ornamen Pelengkap dan Isen batik. Dari tatanan peradaban tersebut, motif-motif batik tradisional yang kebanyakan di Indonesia pada umumnya mengandung makna secara filosofi, sehingga dalam perkembangan selanjutnya cenderung menitikberatkan penciptaannya (rancangan, jenis dan bahan) lebih pada keindahan bentuknya dengan nama yang disesuaikan dengan kenampakannya atau menurut kemauan si pencipta motif.

Saat ini perkembangan batik jambi sudah mulai baik, namun dalam pemasarannya masih mengalami kendala dan permasalahan. Permasalahan yang selalu muncul adalah dalam mendapatkan bahan baku. Bahan baku masih banyak didatangkan dari luar Jambi, akibatnya berimbas pada tingginya biaya produksi dan harga jual yang dirasakan masyarakat masih mahal (Agus, 2013). Di sisi lain, masalah yang muncul adalah walaupun sudah ada perubahan membaik, namun minat masyarakat Jambi menggunakan batik sebagai pakaian masih rendah, batik masih dianggap sebagai pakaian kalangan orang tua dan dipakai untuk acara seremonial. Akibat dari semua permasalahan tersebut memunculkan masalah baru seperti yang dikatakan

oleh Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah Provinsi Jambi Hj Yusniana Hasan Basri, yaitu minat pengrajin batik tulis di Jambi mengalami penurunan (Republika.go.id, n.d.)

Perihal minat beli berhubungan dengan kualitas. Kottler dan Armstrong (2008) dalam (ARUMSARI, n.d.) kualitas adalah ciri-ciri yang melekat pada suatu produk yang memiliki kemampuan sebagai fungsinya untuk dapat memberi pemenuhan kebutuhan bagi setiap konsumen, dimana kebutuhan tersebut bersifat laten. Dalam konteks ini, konsumen memandang kualitas sebagai sesuatu yang rungs lingkungannya khusus dan tersendiri dan berbeda jika dibandingkan pengertian kualitas dalam pandangan sebagai seorang produsen. Kualitas dalam pandangan produsen berhubungan dengan sebuah produk yang merupakan kualitas sesungguhnya. Saat dimana sebuah produk, baik berupa barang maupun jasa memiliki kualitas yang prima akan menimbulkan keinginan dan minat seseorang untuk membeli karena minat beli yang ada dalam diri seorang konsumen dikatakan sebagai sebuah keputusan membeli bagi konsumen.– sebagai pengalaman mereka dalam sebuah pembelajaran, sebagai suatu pilihan, sebagai pengguna, bahkan sebagai tempat akhir suatu produk. Bahwa minat beli konsumen tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku konsumen yang dalam hal ini konsumen memiliki hasrat dalam menentukan sikap membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman mereka dalam menentukan/memilih, dalam menggunakan dan dalam mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk (Kotler dan Keller;2003:181 dalam (Chotifah, 2018). Minat beli juga merupakan fenomena perilaku konsumen yang cenderung untuk melakukan pembelian suatu merek produk atau mengambil sikap perbuatan yang ada hubungannya dengan tindakan membeli yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael;2001:75 dalam (Damian, 2018). Oleh sebab itu tindakan pembelian akan terjadi apabila seorang konsumen memiliki daya beli dengan sejumlah uang untuk melakukan pembayaran, lalu didukung oleh sejumlah harga dari suatu produk yang terjangkau bagi konsumen. Karena menurut (Kotler, 2003) adalah sejumlah nilai atau penghargaan seseorang terhadap sesuatu yang ada dalam lingkungan tertentu. Harga juga merupakan konsep dari sejumlah uang/alat tukar yang berlaku yang guna mendapatkan variasi dari suatu produk yang diikuti dengan pelayanan yang diberikan (Swastha, 1998).

Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, antara lain; Yuafni (2012)(YUAFNI, 2012), bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel modal terhadap produksi batik, tenaga kerja terhadap produksi batik serta alat dan bahan terhadap produksi batik. Penelitian (Qibtiyah, 2008), Hasil penelitian menemukan, bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pengembangan usaha batik tulis gedog; yaitu; a. meningkatnya peminat produk batik, b. Sulitnya mencari strategi dan daerah pengembangan dengan pelanggan tetap, c. Kesulitan dalam pengembangan produk baru dan ketersediaan bahan penunjang, d. Adanya peran serta pemerintah dalam memberikan pembinaan dan pendampingan. Penelitian (Ilmaya, n.d.), menemukan, bahwa; terdapat pengaruh harga terhadap keputusan membeli konsumen, terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan membeli konsumen, terdapat pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan membeli konsumen. Penelitian (ARUMSARI-IMROATUL KHASANAH, 2012), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan membeli konsumen. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel harga terhadap keputusan membeli konsumen.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu; adakah pengaruh harga jual terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi di kota Jambi, adakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi di kota Jambi, adakah pengaruh desain produk terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi di kota Jambi, adakah pengaruh harga jual, kualitas produk dan desain produk secara bersama-

sama terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi di kota Jambi, variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada batik Jambi di kota Jambi.

Batasan Masalah

Agar penelitian tidak keluar dari topik yang dibahas, maka peneliti melakukan pembatasan penelitian. Bahwa penelitian ini hanya membahas, antara lain; objek penelitian adalah batik Jambi, variabel yang digunakan adalah; harga jual, kualitas produk, desain Produk dan Minat Beliokasi penelitian di kota Jambi, penelitian ini menggunakan data primer, yang digunakan sebagai responden masyarakat.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk; untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap minat beli mahasiswa batik Jambi di kota Jambi, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli batik Jambi di kota Jambi, untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat beli batik Jambi di kota Jambi, untuk mengetahui pengaruh harga jual, kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama terhadap minat beli batik Jambi di kota Jambi, untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada batik Jambi di kota Jambi

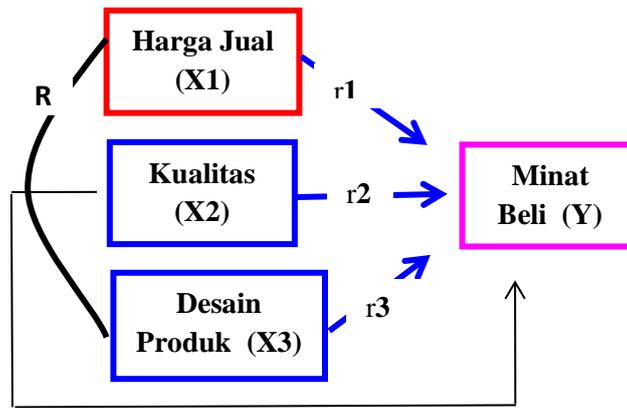
Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan dihasilkan setelah penelitian ini selesai dilaksanakan adalah; dapat mengetahui hasil analisis yang menggambarkan seberapa besar minat masyarakat kota Jambi terhadap batik Jambi, dapat mengetahui variabel mana yang lebih dominan mempengaruhi minat masyarakat Kota Jambi terhadap batik Jambi, sebagai masukan untuk pemerintah kota/provinsi Jambi khususnya dinas perindustrian dalam menyusun kebijakan/strategi dalam mengangkat minat beli masyarakat terhadap batik Jambi baik di dalam wilayah kota/provinsi Jambi maupun secara nasional.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Alat Analisis

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sebagai populasi adalah penduduk yang berada di kota Jambi. Jumlah penduduk kota Jambi berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2010 adalah 529.118 orang (BPS Kota Jambi, 2010) yang tersebar di delapan kecamatan yang meliputi kecamatan. Penentuan besarnya jumlah sampel yang dibutuhkan menggunakan metode Slovin (Tatang M. Amirin, 2010). Berdasarkan metode perhitungan besar sampel dengan metode Proportionate Random Sampling (Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2010 dalam (Ahasanul et al., 2013), dengan populasi sebesar 529.118 orang maka diperoleh ukuran sampelnya sebesar 434 orang. Secara rinci sebaran sampel tersebut adalah; Kota Baru; 100 responden, Jambi Selatan; 89 responden, Jelutung; 44 responden, Pasar Jambi; 39 responden, Telanaipura; 67 responden, Danau Teluk; 29 responden, Pelayangan; 10 responden, Jambi Timur; 56 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berikut disajikan kerangka konseptuan penelitian ini.



Gambar 1

Hubungan Harga Jual, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Minat Beli

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Harga Jual (X1)

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dikeluarkan oleh pembeli agar mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa beserta pelayanannya. Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Variabel Harga Jual ini menggunakan Indikator sebagai berikut; Terjangkau, Kompetitif, Diminati, Kesesuain harga dengan kualitas. Skala yang digunakan adalah skala Ordinal dan skala Likert dengan 5 opsi dan masing-masing opsi memiliki jenjang yang nilainya berbeda ; A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, E = 1.

Variabel Kualitas Produk (X2)

Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Variabel ini menggunakan Indikator ; Aman dipakai, Berkualitas, Nyaman dipakai, Tahan lama. Skala yang digunakan adalah skala Ordinal dan skala Likert dengan 5 opsi dan masing-masing opsi memiliki jenjang yang nilainya berbeda ; A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, E = 1.

Variabel Desain Produk (X3)

Desain Produk adalah atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas dan pada merek suatu produk dan sebagai pembentuk citra produk yang membedakannya dengan produk-produk sejenis merek lain dari pesaing. Variabel ini menggunakan Indikator; Model terbaru, Variasi desain, Warna, Corak dan Motif. Skala yang digunakan adalah skala Ordinal dan skala Likert dengan 5 opsi dan masing-masing opsi memiliki jenjang yang nilainya berbeda ; A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, E = 1.

Variabel Minat Beli (Y)

Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Variabel ini menggunakan Indikator; Intensitas pencarian informasi, Keinginan segera membeli, Keinginan preferensi/merekomendasikan. Skala yang digunakan adalah skala Ordinal dan

skala Likert dengan 5 opsi dan masing-masing opsi memiliki jenjang yang nilainya berbeda ; A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, E = 1.

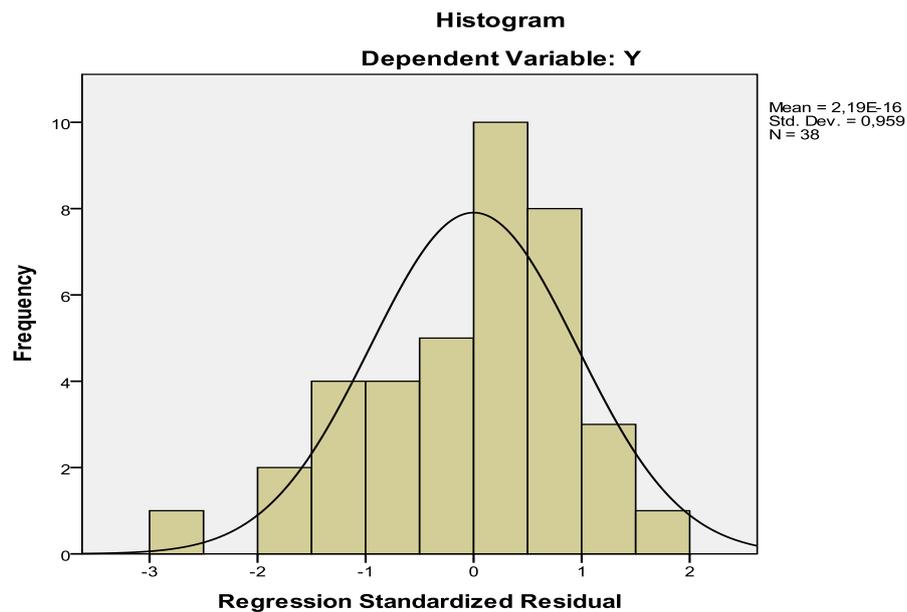
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

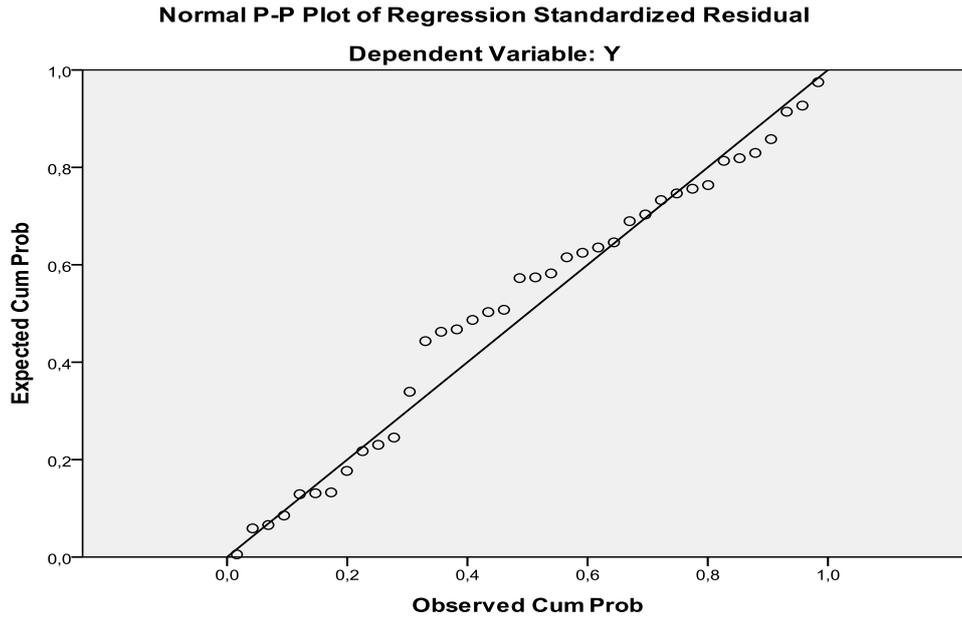
Berdasarkan output dari uji validitas dan uji reliabilitas terhadap instrumen Harga Jual, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan tersebut memiliki nilai r hitung positif (0,667, 0,867, 0,888,0,702, 0,763), nilai pada r tabel adalah 0,2327, nilai R Cronbach's Alpha adalah 0,911, sedangkan r tabel sebagaimana sudah dicari sebelumnya adalah 0,2327. Kesimpulannya, kuisisioner tersebut valid dan *reliable*. Demikian juga untuk variabel Kualitas Produk, diperoleh nilai R hitung (0,763; 0,791; 0,769; 0,698; 0,732; 0,809; 0,743). R Cronbach's Alpha bernilai 0,921, sedangkan r tabel seperti sudah dicari sebelumnya adalah 0,2327. Kesimpulan; kuisisioner tersebut valid dan *reliable*. Selanjutnya untuk instrumen Desain Produk, diperoleh nilai R hitung (0,552; 0,526; 0,849; 0,880; 0,848; 0,816; 0,801; 0,821). R Cronbach's Alpha bernilai 0,9281, sedangkan r tabel seperti sudah dicari sebelumnya adalah 0,2327. Kesimpulan; kuisisioner tersebut valid dan *reliable*. Selanjutnya untuk instrumen Minat Beli, diperoleh nilai R hitung (0,654; 0,667; 0,738; 0,687; 0,767; 0,721). R Cronbach's Alpha bernilai 0,889, sedangkan r tabel seperti sudah dicari sebelumnya adalah 0,2327. Kesimpulan; kuisisioner tersebut valid dan *reliable*. Hasil uji demikian menunjukkan bahwa proses statistik untuk proses perhitungan uji hipotesis dapat dilanjutkan.

Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal Probability Plot

Uji normalitas digunakan untuk memprediksi kesalahan (residu), yaitu selisih antara data aktual dengan data hasil peramalan. Data yang ada seharusnya berdistribusi normal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Uji Normalitas Histogram dan Normal Probability Plot.



Gambar 2
Scatter Plot (Data diolah)



Gambar 3
Normal Probability Plot (Data diolah)

Pada histogram, data distribusi nilai residu (error) menunjukkan distribusi normal (gambar berbentuk bel). Selain itu, pada probability plot, terlihat sebaran error (berupa dot) masih ada di sekitar garis lurus. Dari kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, atau residu dari model dapat dianggap berdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Berdasarkan tabel Coefficients, menunjukkan tidak adanya masalah multikolinieritas antar variabel independen. Ini merujuk pada pendapat (Widarjono, 81) menyatakan, bahwa suatu variabel independen mengalami masalah multikolinieritas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar dari 10 atau $VIF > 10$. Sedangkan angka tolerance masih berkisar 1. Untuk melihat hubungan-hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 1
Coefficients^a

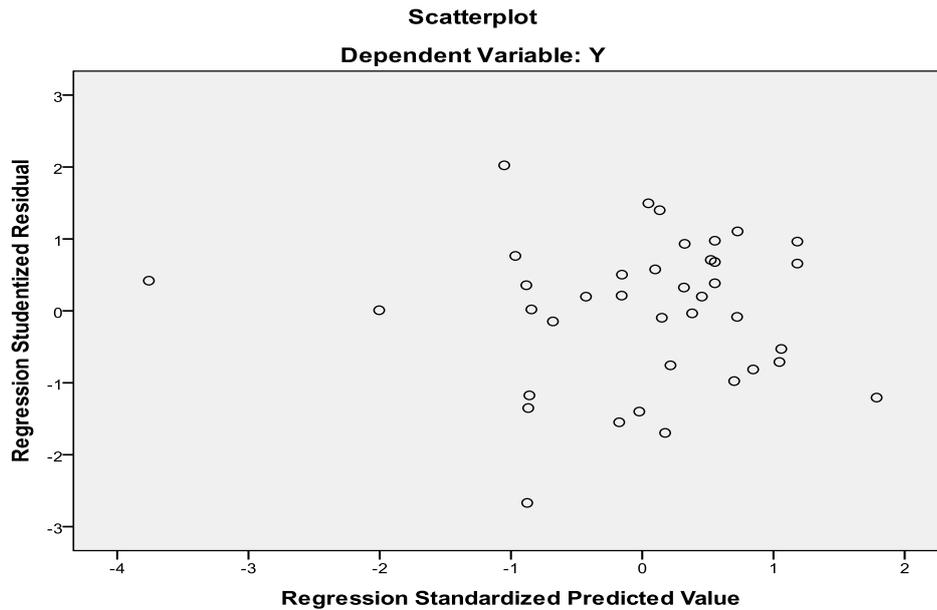
Model	Unstd Coeff		Std Coeff	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,079	3,343		,024	,981		
X1	,056	,196	,047	,287	,776	,539	1,856
X2	,004	,161	,004	,024	,981	,510	1,960
X3	,575	,153	,683	3,754	,001	,431	2,319

a. Dependent Variable: Y (Data diolah)

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi karena perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam spesifikasi model regresi yang mengakibatkan terjadinya perubahan tingkat keakuratan data.

Dengan kata lain, heteroskedastisitas terjadi jika residual tidak memiliki varian yang konstan (Pratisto, 2004, 149).



Gambar 4
Scatter Plot (Data diolah)

Berdasarkan scatterplot di atas, terlihat bahwa pancaran data terlihat *tidak memperlihatkan sebuah pola tertentu atau dengan kata lain bahwa sebaran data tersebar dan tidak beraturan*. Hal ini menunjukkan bahwa model bebas dari masalah Heterokedastisitas.

Hasil Uji Otokorelasi

Uji otokorelasi sering juga disebut korelasi serial, misalnya data pertama berkorelasi dengan data kedua, data kedua berkorelasi dengan data ketiga, dan selanjutnya. Berdasarkan tabulasi data dari responden, diperoleh output otokorelasi sebagai berikut;

Tabel 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	D-W
1	,717 ^a	,515	,472	3,458	2,053

Sumber: data diolah

Seperti terlihat pada tabel di atas, koefisien korelasi (R) = 0,472, koefisien determinasi (R²) = 0,515. Berdasarkan tabel Model Summary di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut; Koefisien korelasi (R) = 0,717. Koefisien determinasi = 0,515. Kemudian untuk mendeteksi ada tidaknya masalah otokorelasi, dapat dilihat pada analisis berikut; Pada tabel Model Summary, nilai Durbin – Watson = 2,053, DW tabel pada (α) 0,05 adalah n = jumlah variabel bebas = 3, dL = 1.21, dU = 1,65. Kesimpulan; Oleh karena DW hitung > dL, maka tidak terjadi gangguan otokorelasi.

Pengaruh Harga Jual Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Batik Jambi Di Kota Jambi

Untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap minat beli masyarakat terhadap batikJambi dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 3
Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1,000	,474	,417	,493
	X1	,474	1,000	,579	,554
	X2	,417	,579	1,000	,649
	X3	,493	,554	,649	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000	,000	,000
	X1	,000	.	,000	,000
	X2	,000	,000	.	,000
	X3	,000	,000	,000	.
N	Y	434	434	434	434
	X1	434	434	434	434
	X2	434	434	434	434
	X3	434	434	434	434

Sumber: (Data diolah)

Dilihat dari tabel Correlations di atas diketahui, bahwa besar pengaruh variabel harga jual (X1) dengan variabel minat beli (Y) yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 47,4%. Dengan kata lain, bahwa kualitas produknya 47,4% saja menimbulkan minat beli masyarakat terhadap batik Jambi (tidak signifikan).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Batik Jambi Di Kota Jambi

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi dapat dilihat pada tabel Correlations di atas. Berdasarkan tabel Correlations di atas dapat dilihat, bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X2) dengan variabel minat beli (Y) adalah 0,417. Dengan kata lain, bahwa kualitas produknya 41,7% saja menimbulkan minat beli masyarakat terhadap batik Jambi (tidak signifikan).

Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Batik Jambi Di Kota Jambi

Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi dapat dilihat pada tabel Correlations di atas. Berdasarkan tabel Correlations di atas pula dapat dilihat, bahwa besarnya pengaruh variabel desain produk (X3) dengan variabel minat beli (Y) adalah 0,493. Dengan kata lain, bahwa desain produknya 49,3% saja menimbulkan minat belimasyarakat terhadap batik Jambi(tidak signifikan).

Kemudian, berdasarkan hasil analisis data di atas dapat dijelaskan, bahwa dari 434 orang yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini ditinjau dari aspek harga jual, kualitas produk dan desain produk masyarakat kota Jambi hanya memiliki minat untuk membeli batik Jambirata-rata 0,461 atau 46,1% saja. Dengan kata lain dapat dikatakan, bahwa masyarakat kota Jambi kurang berminat untuk membeli produk batik Jambi.

Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk dan Desain Produk Secara Bersama-sama Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Batik Jambi Di Kota Jambi

Untuk mengukur pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk dan Desain Produk secara bersama-sama terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Batik Jambi Di Kota Jambi menggunakan uji F (Anova). Selanjutnya, untuk mengetahui nilai Anova atau uji F, dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 4
ANOVA^c

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2730,023	3	910,008	62,456	,000 ^a
	Residual	6265,231	430	14,570		
	Total	8995,253	433			
2	Regression	2710,945	2	1355,473	92,963	,000 ^b
	Residual	6284,308	431	14,581		
	Total	8995,253	433			

Sumber: Data diolah

Dari tabel uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 62,456 dengan tingkat signifikansi 0,007. Oleh karena probabilitas (0,007) lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan model regresi dapat dipakai untuk memprediksi tingkat/besarnya minat beli masyarakat terhadap Batik Jambi di kota Jambi. Dengan kata lain, bahwa harga jual, kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada batik Jambi. Atau dapat dikatakan, dengan harga jual, kualitas produk dan desain produk batik Jambi yang ada saat ini, masih menimbulkan minat beli masyarakat terhadap batik Jambi.

Variabel Yang Lebih Dominan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Batik Jambi Di Kota Jambi

Dilihat dari tabel Correlations di atas diketahui, bahwa besar pengaruh variabel harga jual (X1) dengan variabel minat beli (Y) yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,474, besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X2) dengan variabel minat beli (Y) adalah 0,417, sedangkan besarnya pengaruh variabel desain produk (X3) dengan variabel minat beli (Y) adalah 0,493. Dari ketigapengaruh tersebut, maka variabel desain produklah yang paling besar pengaruhnya terhadap minat beli masyarakat kota Jambi pada batik Jambi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa di atas dapat disimpulkan sebagai berikut;

- a. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi.
- b. Bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi.
- c. Bahwa desain produk berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat terhadap batik Jambi.
- d. Bahwa harga jual, kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada batik jambi. Atau dapat dikatakan, dengan harga jual, kualitas produk dan desain produk batik Jambi yang ada saat ini, masih menimbulkan minat beli masyarakat terhadap batik Jambi.
- e. Dari ketiga pengaruh tersebut, maka variabel desain produklah yang paling besar pengaruhnya terhadap minat beli masyarakat kota Jambi pada batik Jambi.

Implikasi Strategik

- a. Karena pengaruh ketiga variabel tersebut tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat kota Jambi pada batik Jambi, maka perlu dikaji sebab-sebab tidak signifikannya pengaruh tersebut.
- b. Perlu ada upaya yang harus dilakukan agar terjadi peningkatan minat masyarakat untuk membeli dan menggunakan batik Jambi.

Saran

- a. Sebaiknya semua pihak terkait melalui pemerintah daerah melakukan terobosan yang baru agar terjadi peningkatan minat masyarakat Jambi terhadap batik Jambi.
- b. Tidak salahnya melakukan semacam benchmarking dan atau melakukan kerjasama dengan daerah-daerah lain yang sudah sukses dalam mengangkat batiknya ke pasar nasional dan pasar internasional, sehingga ditemukan solusi atas permasalahan yang terjadi seputar batik Jambi.
- c. Yang terpenting adalah meningkatkan kualitas produk batik Jambi sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap batik Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus. (2013). *Batik Jambi Mulai Diminati Anak Muda*. <http://www.thejambitimes.com/2013/09/batik-jambi-mulai-diminati-anak-muda.html>
- Ahasanul, Sarwar, A., & Yasmin, F. (2013). *Teachers' Perception towards Total Quality Management Practices in Malaysian Higher Learning Institutions*. 4(9), 35–40.
- Arumsari-Imroatul Khasanah. (2012). *Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. [http://eprints.undip.ac.id/35569/1/Jurnal\(edit\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/35569/1/Jurnal(edit).pdf)
- Arumsari, D. (N.D.). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*.
- BPS Kota Jambi. (2010). *Hasil Sensus Penduduk 2010 Kota Jambi* (pp. 1–15). <https://jambikota.bps.go.id/publication/2010/08/25/0fe1ad5ffcda6affe9824de3/hasil-sensus-penduduk-2010-kota-jambi-angka-agregat-per-kecamatan.html>
- Chotifah, Y. S. (2018). *Journal of Finance and Islamic Banking*. 1(1), 65–75.
- Damian, Y. (2018). *Pengaruh citra merek (brand image) dan biaya pendidikan terhadap minat calon mahasiswa untuk melanjutkan studi ke perancis tugas akhir*.
- Erw. (n.d.). *Profil Industri Batik Jambi* (p. 2009). <http://wisatadanbudaya.blogspot.com/2009/11/profil-industri-batik-jambi.html>.
- Heriab. (n.d.). *Tentang Batik Indonesia*. <http://heriab.blogspot.com/2012/09/tentang-batik-indonesia.html>
- Ilmaya, F. (n.d.). *Analisis Pengaruh Interaksi Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Eka Batik Semarang*. 1–27. http://eprints.undip.ac.id/28966/1/Jurnal_Fahma_Ilmaya.pdf
- Kotler, P. (2003). *Membangun Minat Beli*.
- Qibtiyah, M. (2008). *Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/4141/1/04130017.pdf>
- Republika.go.id. (n.d.). *Minat Perajin Batik Tulis di Jambi Menurun*. <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/mikro/14/06/19/n7en53-minat-perajin-batik-tulis-di-jambi-menurun>.
- Tatang M. Amirin. (2010). *Populasi DA*. 1–15. <https://jambikota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=MGZIMWFkNWZmY2RhNmFmZmU5ODI0ZGUz&xzmn=aHR0cHM6Ly9qYW1iaWtvdGEuYnBzLm dvLmlkL3B1Ym xpY2F0aW9uLzIwMTAvMDgvMjUvMGZIMWFkNWZmY2RhNmFmZmU5ODI0ZGUzL2hhc2lsLXNlbnN1cy1wZW5kdWR1ay0yMDEwLWtvdGETamFtYmktYW>
- Yuafni. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Batik Pada Industri Batik Jambi Di Kota Jambi*. <http://103.216.87.80/index.php/jhet/article/view/507>
- Pratisto, 2004. Pratisto, Arif. 2004. Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik Dan Rancangan Percobaan Dengan SPSS 12. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Swastha, B. 1998. Manajemen Penjualan. Edisi Tiga. BPFE. Yogyakarta.

Widarjono, Agus (2010). Analisis Statistika Multivaria Terapan. Yogyakarta. Penerbit UPP
STIM YKPN.