



Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Papua (Studi Kasus: Toko Batik Papua Kota Sorong)

¹Welly Salomi Yable, ²Susana Magdalena Welly Muskita

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Victory Sorong, Indonesia

ARTICLE INFO

Kata kunci:
Batik Papua,
Produk,
Harga,
Kerajinan Tangan

Keywords:
Papuan Batik,
Product,
Price,
Handicrafts

ABSTRACT

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Batik Indonesia dapat berkembang hingga sampai pada suatu tingkatan yang tak ada bandingannya baik dalam desain/motif maupun prosesnya. Corak ragam batik yang mengandung penuh makna dan filosofi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keragaman produk. Metode pengambilan sampel ini memastikan bahwa sampel mewakili populasi target dan dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang dapat diterapkan pada seluruh populasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi. Metode analisis regresi ini melibatkan penggunaan model statistik untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen (keragaman produk) dan variabel dependen (kepuasan konsumen pembeli). Metode analisis regresi ini memungkinkan untuk menentukan apakah ada hubungan yang signifikan antara keragaman produk dan tingkat. berdasarkan tabel responden jenis kelamin di atas, 80 responden yang menjadi subjek penelitian ini dari jumlah tersebut 60 sekitar (25,00%) adalah laki laki dan responden sekitar (20 75,00%) dari data responden berdasarkan usia maka, terdapat 80 responden yang di jdikan sampel dalam penelitian ini responden yang berusia 18 sekitar 25 responden atau(31,25%) dan dari data di atas juga terdapat usia 1924 tahun sekitar 32 responden atau (40,00%) dan untuk itu responden 25 tahun Keanekaragaman berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin banyak konsumen yang berminat dalam keanekaragaman produk yang di jual maka semakin tinggi, dalam keputusan pembelian kain batik papua sudah baik. Pada variabel keputusan pembelian secara umum berada pada nilai interpretasi yang baik Kemudian kain batik papua harus menawarkan harga yang sesuai dengan daya konsumen, karena dengan begitu bisa menarik minat pembeli supaya konsumen tidak beralih ke pesaing yang memiliki harga yang terbilang lebih murah.

Batik is the work of the Indonesian people which is a combination of art and technology by the ancestors of the Indonesian nation. Indonesian batik can develop to an unparalleled level both in design/motif and process. A variety of batik patterns that contain full meaning and philosophy. This research aims to find out how the diversity of products. This sampling method ensures that the sample is representative of the target population and can be used to make conclusions that can be applied to the entire population. The data analysis method used in this study is the regression analysis method. This regression analysis method involves using statistical models to evaluate the relationship between independent variables (product diversity) and dependent variables (buyer consumer satisfaction). Based on the gender respondent table above, 80 respondents who were the subjects of this study were about 60 (25.00%) men and about (20 75.00%) respondents from the age of 18 respondents, and about 20 (20.25%) of respondents' data based on age, there were 80 respondents who were sampled in this study, respondents aged 18 about 25 or (31.25%) and From the data above, there is also an age of 1924 years around 32 respondents or (40.00%) and for that 25-year-old respondents Diversity affects consumer satisfaction, which means that the more consumers are interested in the diversity of products sold, the higher, in the decision to buy Papuan batik cloth is good. In the purchase decision variable in general, it is at a good interpretation value Then Papuan batik fabric must offer a price that is in accordance with consumer power, because that way it can attract buyers' interest so that consumers do not switch to competitors who have a fairly cheaper price.

Email :
eugeniakbarek@gmail.com

Copyright © 2025 EBISMA.
All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](#)

PENDAHULUAN

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Batik Indonesia dapat berkembang hingga sampai pada suatu tingkatan yang tak ada bandingannya baik dalam desain/motif maupun prosesnya. Corak ragam batik yang mengandung penuh makna dan filosofi akan terus digali dari berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia. Motif *Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Papua (Studi Kasus: Toko Batik Papua Kota Sorong). Welly Salomi Yable, et.al*

Batik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif adalah corak atau pola. Motif adalah suatu corak yang di bentuk sedemikian rupa hingga menghasilkan suatu bentuk yang beraneka ragam. Motif batik adalah corak atau pola yang menjadi kerangka gambar pada batik berupa perpaduan antara garis, bentuk dan isen menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan. Motif-motif batik itu antara lain adalah motif hewan, manusia, geometris, dan motif lain. Motif batik sering juga dipakai untuk menunjukkan status seseorang. Membatik merupakan tradisi turun-menurun. Karena itu, sering motif batik menjadi ciri khas dari batik yang diproduksi keluarga tertentu

Batik Papua adalah Pakaian khas dari wilayah Papua ini juga berkembang selain di wilayah Papua itu sendiri, pada awal-nya batik Papua banyak dipengaruhi oleh gaya batik dari Pekalongan karena perhitungan bisnis lebih menguntungkan batik motif dari Papua diproduksi di Pekalongan, kemudian dikirim ke Papua dan diperdagangkan sebagai batik Papua. Batik Papua mulai berkembang sekitar tahun 1985, motif yang berkembang merupakan perpaduan dua budaya antara Papua dan Pekalongan. Pekalongan merupakan etnis Jawa sebagai penghasil batik dipadukan dengan etnis Papua yang kaya akan ragam hias yang dikembangkan sebagai motif batik. Batik Papua hasil perpaduan dua budaya ini juga dikenal dengan julukan lain, yaitu: Batik Port Numbay. Batik Papua mempunyai keunikan tersendiri dari aspek motifnya, karena dikembangkan dari kekayaan budaya dan keunikan alam Papua yang eksotik. Batik memiliki nilai seni yang tinggi dan beragam di Indonesia. Begitu banyak jumlah motif yang ada di Indonesia seperti dari Aceh sampai Papua memiliki motif yang berbeda-beda. Pada pencapaian yang telah diperoleh menurut Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud) sebagai masyarakat Indonesia harus berbangga dengan peninggalan leluhur yang luar biasa tersebut.

Dengan demikian sudah seharusnya menjadi tugas masyarakat Indonesia untuk melestarikan, mengembangkan dan menanamkan rasa bangga berbusana batik. Jangan sampai batik yang menjadi kekayaan bangsa Indonesia justru akan diambil alih oleh negara lain. agi sebagian masyarakat, batik identik dengan sesuatu yang kuno sebenarnya bukan penyebab batik kurang diminati. Ada hal lain, yang menjadi permasalahan ketika batik bukan menjadi sesuatu yang menarik di kalangan masyarakat saat ini. Dalam pandangan lain, pada keputusan pembelian batik menjadi sesuatu yang mahal dimata beberapa kalangan masyarakat. Batik telah dianggap oleh masyarakat sebagai ikon budaya penting di Indonesia. Masyarakat Indonesia mengenakan batik sebagai busana kasual dan formal yang dapat digunakan dalam beragam acara.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produk kain batik papua Kota Sorong Papua Barat Daya mempengaruhi kepuasan konsumennya Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang holistik mengenai pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Lokasi peneltian ini berada di Provinsi Papua Barat Daya, dengan judul penelitian Pengaruh kualitas pembelian produk kain batik papua kota sorong Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei kuantitatif. Metode survei ini melibatkan pengambilan sampel dari populasi target, yaitu konsumen kain batik papua di Kota Sorong. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel acak, di mana setiap konsumen kain batik pap memiliki peluang yang sama untuk dipilih dalam sampel. Metode pengambilan sampel ini memastikan bahwa sampel mewakili populasi target dan dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang dapat diterapkan pada seluruh populasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi. Metode analisis regresi ini melibatkan penggunaan model statistik untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen (keragaman produk) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Metode analisis regresi ini memungkinkan untuk menentukan apakah ada hubungan yang signifikan antara kepuasan pembelian.

Populasi penelitian terdiri dari 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sistematis sampling, dimana pasien di pilih berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut tabel responden jenis kelamin, dari 80 responden penelitian, sekitar 60 (75,00%) adalah laki-laki dan sekitar 20 (25,00%) adalah perempuan. Menurut data responden berdasarkan usia, mereka yang berusia di bawah 18 tahun mencapai sekitar 25 responden atau 31,25%; mereka yang berusia di atas 19 hingga 24 tahun mencapai sekitar 32 responden atau 40,00%; dan untuk responden berusia 25 tahun, ada 23 responden atau sekitar 28,75%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa usia 25 tahun adalah usia yang paling umum.

Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Papua (Studi Kasus: Toko Batik Papua Kota Sorong). Welly Salomi Yable, et.al

Berdasarkan data responden tentang penghasilan mereka, dapat disimpulkan bahwa 22 responden memiliki penghasilan sekitar 2.250.000 atau sekitar 28,25%; 21 responden memiliki penghasilan sekitar 3.000.000 atau sekitar 26,25%; dan 17 responden memiliki penghasilan sekitar 2.500.000 atau sekitar 21 persen.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X1)

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,768	0,00	VALID
2	0,880	0,00	VALID
3	0,426	0,00	VALID
4	0,805	0,00	VALID

Berdasarkan hasil uji validasi variabel X1 (keragaman produk) di atas maka disimpulkan bahwa pernyataan 1,2,3,dan 4 dikatakan valid karena nilai signivitasnya $0,000 < 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.704	4

Berdasarkan tabel Hasil Uji Reabilitas variabel X1 (Keragaman Produk) diatas, dikatakan reliable karena Cronbach alpha variabel X1 0,704, lebih besar dari Cronbach alpha yang disyaratkan 4.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,138	466	VALID
2	0,060	754	VALID
3	0,190	315	VALID
4	0,051	788	VALID

Berdasarkan hasil uji validasi variabel X2 (harga) di atas maka disampaikan bahwa pernyataan 1- 4 di katakan valid karena nilai signivitasnya $0,000 < 0,05$.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.620	4

Berdasarkan tabel Hasil Uji Reabilitas variabel X2 (Harga) diatas, dikatakan reliabel karena Cronbach alpha variabel X2 0.620, lebih besar dari Cronbach alpha yang disyaratkan 4.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y1))

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,214	056	VALID
2	0,331	033	VALID
3	0,388	000	VALID
4	0,310	005	VALID
5	0,731	000	VALID

Pernyataan 1-4 berdasarkan hasil uji validasi variabel Y [keputusan pembelian] di atas maka disampaikan bahwa dan 5 di katakan valid karena nilai signivitasnya $0,000 < 0,05$.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	5

Berdasarkan tabel Hasil Uji Reliabilitas variabel Y (Keputusan Pembelian) diatas, dikatakan reliabel karena Cronbach alpha variabel Y 0,713, lebih besar dari Cronbach alpha yang disyaratkan 5.

Dalam pengelolaan data dengan menggunakan regresi linier berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas, melalui hubungan variabel Keragaman Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y1).

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	17.601	2.872	
Keberagaman Produk	.200	.146	.166
Harga	-.011	.159	-.008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y) sebesar 17.601, sedangkan variabel bebas adalah Keragaman Produk (X1) sebesar 0.200 dan Harga (X2) sebesar -0,011 Sehingga dapat persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = 17.601 + 0.200 X1 + -0.011 X2 + e$$

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1 (Constant)		6.127	.000
Keberagaman Produk		1.367	.175
Harga		-.069	.945

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Variabel Keragaman Produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terlihat dari signifikan Keragaman Produk (X1) $0,175 < 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian secara parsial diterima.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Variabel Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terlihat dari signifikan Harga (X2) $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial diterima.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1 Regression		1.051	.354 ^b
Residual			
Total			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Keberagaman Produk

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat pada nilai Fhitung sebesar 1.051 Tingkat signifikan sebesar $354 < 0,05$. dapat disimpulkan bahwa variabel keberagaman produk (X1) dan harga (X2), secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Tabel 10. Determinan Koefisien

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.163 ^a	.027	.001	2.73773	.027

a. Predictors: (Constant), Harga, Keberagaman Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa: Nilai R Square sebesar 0.027(0,27%). Hasil ini menunjukkan bahwa 0,027 % variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Keragaman Produk. Sedangkan selisihnya sebesar 99,73% (100-0,27) Keputusan Pembelian, dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Keanekaragaman berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin banyak konsumen yang berminat dalam keanekaragaman produk yang di jual maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Keragaman produk yang dijual untuk mendukung kualitas pelayanan yang di berikan terhadap konsumen memiliki kepuasan tinggi. Demikian juga harga yang menjadi patokan untuk meningkatkan keragaman produk yang dijual. Dalam keputusan pembelian kain batik papua sudah baik. Pada variabel keputusan pembelian secara umum berada pada nilai interprestasi yang baik. Dimensi dengan rata-rata terendah yaitu pada pencarian informasi yang mana responden mengenali kebutuhan dalam diri melihat produk batik Kain Batik Papua. Penulis menyatakan bahwa penelitian ini dapat membantu orang membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan atau menggunakan faktor lain yang lebih penting untuk keputusan pembelian. Selanjutnya, kain batik papua harus menawarkan harga yang sesuai dengan daya beli pelanggan supaya dapat menarik minat pembeli dan mencegah pesaing dengan harga yang lebih murah dan layanan yang lebih baik.

REFERENSI

- Hartina, E., Saputro, A. H., & Mubarak, D. A. A. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lifebouy di Kota Bandung: Bahasa Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2768-2778.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1).
- Yuningsih, R. S., & Fithri, E. J. (2024). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek Pada CV Wana Jaya Lestari Palembang. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 4(1), 1-12.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).

- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 1(2), 305-322.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.