

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP KAIN TENUN DONGGALA JENIS SUBI DI KOTA PALU

Mohamad Adfar

Busman

Universitas Alkhairaat Palu

Abstrak

Sarung Tenun Donggala merupakan salah satu hasil kerajinan tradisional masyarakat di Kabupaten Donggala yang sudah dikenal sampai tingkat nasional. Terdapat dua jenis Kain Tenun Donggala yaitu Motif Subi atau Sabe yang diproduksi menggunakan alat tradisional dan ada juga kain diproduksi dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Meskipun kedua kain tenun ini sama-sama dikategorikan Kain Tenun Donggala, namun kedua jenis kain ini merupakan barang substitusi yang memberikan pilihan bagi konsumen untuk memilih, sehingga penulis perlu mengkaji faktor-faktor apa yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam memilih Kain Tenun Donggala jenis Subi ini. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 154 orang pada tahun 2025. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner menggunakan aplikasi google form . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Analisis dengan Regresi Linier Berganda dengan aplikasi eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Harga Kain Tenun Jenis Subi berpengaruh sangat signifikan terhadap permintaan Kain Tenun Jenis Subi; 2) Harga Kain Tenun yang dibuat dengan cara ATBM yang merupakan barang substitusi terhadap Kain Tenun Jenis Subi, berpengaruh signifikan terhadap permintaan terhadap Kain Tenun Jenis Subi; 3) Pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan Kain Tenun Jenis Subi; 4) Jumlah anggota dalam suatu keluarga juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap kain Tenun Jenis Subi, sementara 4) Selera konsumen tidak berpengaruh terhadap permintaan konsumen artinya baik konsumen yang memiliki selera maupun yang tidak memiliki selera terhadap Kain Tenun Jenis Subi tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap Kain Tenun Jenis Subi.

Keywords: Kain Tenun Donggala, Kain Tenun Motif Subi, Kab. Donggala, Sulawesi_Tengah

LATAR BELAKANG

Sarung Tenun Donggala adalah salah satu hasil kerajinan tradisional masyarakat di Kabupaten Donggala. Sarung atau kain tenun ini memiliki motif yang beragam yaitu bunga, daun, hewan, batuan dan ciri benda-benda khas daerah yang memadukan model geometris, baik warna dan tehnik pembuatannya yang unik. Kain Tenun Donggala biasanya digunakan untuk upacara-upacara adat, upacara resmi pada hari-hari tertentu dan biasanya juga dibuat pakaian

digunakan pada instansi pemerintah termasuk juga digunakan untuk menghadiri kegiatan resmi seperti pernikahan, rapat-rapat formal dan karena harganya relative mahal sehingga sangat jarang masyarakat menggunakannya sebagai pakaian untuk kegiatan sehari-hari.

Industri Kecil yang memproduksi Kain Tenun Donggala terus dikembangkan agar ciri khas daerah dipertahankan sebagai bagian yang tak dapat dipisahkan dari upaya melestarikan seni dan budaya daerah sebagai asset nasional.

Produksi terus dilakukan di berbagai tempat tersebar di wilayah Kabupaten Donggala misalnya di Kota Palu dan Kabupaten Sigi. Saat ini penggunaan Kain Tenun Donggala telah mengalami variasi misalnya telah dikembangkan menjadi pakaian motif daerah dan bahkan ada beberapa masyarakat yang menjadikannya sebagai jas resmi, namun upaya menjadikan kain tenun donggala menjadi raja di daerah sendiri bukannya tidak memiliki hambatan, karena tidak semua masyarakat dapat menggunakan kain ini sebagai kain maupun digunakan sebagai pakaian. Terdapat banyak stok kain ini pada gerai-gerai penjualan sehingga penulis tergerak untuk memahami lebih dalam tentang faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian Kain tenun Donggala termasuk menganalisa dua jenis kain ini yaitu Jenis Subi dan Jenis diproduksi menggunakan ATBM yang juga menjadi barang saling besubstitusi bagi keduanya.

Dalam perekonomian, permintaan merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui bagaimana keadaan atau apa yang terjadi dalam suatu pasar. Dalam kehidupan sehari-hari maupun pada moment tertentu, kita juga melakukan permintaan berbagai produk barang maupun jasa yang kita butuhkan. Permintaan masyarakat terhadap suatu produk ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya harga barang itu sendiri, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen. Sementara itu dikemukakan oleh Hanani, et al., (2011) bahwa jumlah barang yang diminta selain diperengaruhi oleh harga barang itu sendiri, juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti harga barang substitusi, pendapatan para pembeli, selera masyarakat dan jumlah penduduk. Harga barang substitusi yaitu barang yang dapat saling menggantikan fungsi barang lain, dari barang substitusi dapat mempengaruhi barang yang disubstitusi. Pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan permintaan berbagai jenis barang, dengan perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan permintaan berbagai jenis barang. Selera masyarakat mempengaruhi permintaan suatu barang yang diikuti oleh perkembangan kesempatan kerja secara tidak langsung akan menimbulkan permintaan suatu barang

Dalam teori ekonomi, hukum permintaan juga menyatakan bahwa terjadi pengaruh negatif antara barang yang diminta dengan harga, jika faktor lain ceteris paribus. Dalam hal ini, hukum permintaan menyatakan bahwa apabila harga suatu barang dan jasa naik dan harga barang-barang dan jasa lainnya tetap sama, maka konsumen cenderung melakukan substitusi menggantikan barang atau jasa yang harganya naik itu dengan barang yang lain (yang mempunyai fungsi sama) yang harganya relatif lebih murah. Sesuai dengan teori diatas pada kenyataannya berlaku sama dengan kain Tenun donggala dengan dua jenis yang saling bersubstitusi, yaitu 1) Kain Jenis Subi atau Sabe dengan ciri motif menggunakan benang warna kuning keemasan, warna perak dan bahkan menggunakan benang sutra, dan jenis yang ke 2) Kain Tenun Donggala dibuat menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Meskipun Kedua Jenis Kain Tenun ini dikategorikan Kain Tenun Donggala namun terdapat perbedaan dari segi bahan baku dan peralatan produksi yang digunakan termasuk kualitas dan harganya.

Pendapatan dapat dijadikan barometer atau ukuran tingkat ekonomi suatu masyarakat, semakin meningkat pendapatan masyarakat di suatu daerah, maka semakin baik pula tingkat ekonomi masyarakatnya sehingga kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannyapun semakin dapat direalisasikan. Pendapatan konsumen merupakan variabel dalam peningkatan permintaan konsumen terhadap kain tenun Donggala Jenis Subi. Faktor lainnya yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa adalah jumlah penduduk atau dalam penelitian ini adalah anggota keluarga, semakin banyak anggota keluarga dalam suatu rumah tangga akan menjadikan permintaan terhadap Kain Tenun Donggala semakin tinggi demikian halnya dengan selera konsumen bahwa semakin tinggi selera konsumen, akan menjadikan semakin tinggi permintaan terhadap barang dan jasa. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Menganalisis pengaruh harga kain tenun donggala jenis subi terhadap permintaan konsumen terhadap kain tenun jenis subi, 2) Menganalisis pengaruh harga kain tenun donggala jenis ATBM (Kain tenun donggala diproduksi menggunakan Alat

Tenun Bukan Mesin) terhadap permintaan konsumen pada kain tenun jenis sube, 3) Menganalisis pengaruh pendapatan, jumlah anggota dalam rumah tangga dan selera konsumen terhadap permintaan kain tenun jenis sube.

TINJAUAN TEORITIS

Hukum Permintaan.

Menurut Dogde, 2014 dalam Paulus Kurniawan dan Made Kembar Sri Budhi, 2015, Hukum permintaan adalah manakala keadaan dimana semua dianggap sama (*ceteris paribus*), ketika suatu harga barang naik, konsumen cenderung mengurangi jumlah permintaan barang tersebut, dengan kata lain hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta cenderung negatif. Sementara menurut Sukirno, 2011, ada 7 faktor yang dapat memengaruhi permintaan yaitu Harga barang/jasa itu sendiri, Harga barang /jasa lain yang berpengaruh kuat dengan barang/jasa tersebut, Pendapatan rata-rata masyarakat dan pendapatan rumah tangga, Motif distribusi pendapatan yang ada dalam masyarakat, Cita rasa yang dimiliki masyarakat, Jumlah penduduk, dan Prediksi keadaan di masa yang akan datang.

Perilaku Konsumen.

Perilaku konsumen berhubungan dengan hukum permintaan. Hukum permintaan berbunyi bila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka jumlah barang yang diminta naik (Nopirin, 2008). Teori Utility dan Indiferensi menjelaskan tentang perilaku konsumen. Keduanya menjelaskan tentang hukum permintaan. Teori ini lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut :

1). Teori Utility yaitu teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau utility. Kalau kepuasan itu semakin tinggi maka semakin tinggillah nilai

gunanya atau utilitynya. Hipotesis utama teori nilai guna, atau lebih dikenal dengan hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun, menyatakan bahwa tambahan nilai guna yang akan diperoleh dari seseorang yang akan mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut. Pada akhirnya tambahan nilai guna akan menjadi negatif yaitu apabila konsumsi ke atas barang tersebut ditambah satu unit lagi, maka nilai guna total akan menjadi semakin sedikit. Pada hakikatnya hipotesis tersebut menjelaskan bahwa pertambahan yang terus menerus dalam mengkonsumsi suatu barang tidak secara terus menerus menambah kepuasan yang dinikmati orang yang konsumsinya. (Sukirno,2016). 2) Teori Indiferensi. Konsumen menanggapi adanya perubahan-perubahan variabel ekonomi, seperti harga, kualitas, fashion dari barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan perkataan lain, lebih menitikberatkan untuk mempelajari proses keputusan konsumen dengan menggunakan model perilaku yang memungkinkan untuk memikirkan apa yang akan dibeli konsumen dan bagaimana mereka akan bereaksi terhadap perubahan harga barang, pendapatannya, persediaan barang, promosi, tanpa menuntut model tersebut dapat mewakili bagaimana secara aktual konsumen untuk memutuskan membeli barang. (Soeharno,2009).

Menurut Mulyadi Nitisusastro (2013) Ada dua faktor determinan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen: 1) Faktor internal yaitu unsur-unsur internal psikologis yang melekat pada setiap individu konsumen, yang terdiri dari: persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap. 2) Faktor Eksternal yaitu semua kejadian yang berkembang secara dinamis di sekitar lingkungan kehidupan konsumen, yang terdiri dari: demografi, keluarga, kelas sosial dan referensi kelompok.

Konsumsi bukan hanya dipengaruhi oleh individu semata, melainkan juga oleh gejala sosial, yang dipengaruhi oleh kebudayaan dan lingkungan sosial dengan sistem nilai yang berlaku. Adalah suatu proses yang dilakukan oleh konsumen untuk merencanakan, mempertimbangkan, sampai pada pengambilan keputusan untuk mendapatkan sesuatu yang akan mereka konsumsi. Konsumen baik itu individu atau kelompok yang akan membeli barang atau jasa untuk keperluannya maupun untuk orang lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen adalah orang yang akan mendapatkan nilai manfaat dari perolehan barang atau jasa yang dibelinya. Perilaku konsumen ini akan mempengaruhi strategi yang dilakukan oleh produsen dalam melakukan penjualan suatu produk, sehingga perilaku konsumen ini menjadi suatu hal wajib dipelajari oleh produsen agar bisa menawarkan produknya dengan strategi yang tepat sasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut 1) faktor kebudayaan, faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, 2) faktor sosial, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor social seperti kelompok acuan, keluarga, serta status social. 3) faktor pribadi, seperti usia, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. 4) konsep psikologis, misalnya motivasi, persepsi, pembelajaran dan pendirian (Kotler, 2008).

PENELITIAN SEBELUMNYA

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Benyamin Parubak dengan topik Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian Kain Donggala di Kotamadya Palu tahun 2010 dalam penelitian tersebut menggunakan dua model analisis, yaitu analisis faktor dan analisis regresi berganda, yang bertumpu pada teori teori perilaku konsumen. Menurut Henry Assael, (1992) bahwa permintaan konsumen dipengaruhi oleh faktor internal (individual) dan faktor external

(lingkungan dan aplikasi bauran pemasaran). Dari hasil analisis faktor diperoleh tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian Kain Donggala yaitu faktor: budaya, ekonomi dan psikologis, gaya hidup, mutu, kelas sosial, kelompok referensi, harga dan faktor produk sebagai variabel independen, kemudian diproses lebih lanjut dengan menggunakan analisis regresi berganda ternyata diperoleh hasil bahwa faktor budaya, ekonomi dan psikologis yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kain Donggala. Sementara pada penelitian ini menggunakan teori Hukum Permintaan yang menurut Sukirno (2010) terdapat beberapa faktor lain selain harga barang yang mempengaruhi permintaan, yaitu harga barang lain, pendapatan para pembeli dan beberapa faktor lain seperti selera, distribusi pendapatan, jumlah penduduk dan ekspektasi harga barang dimasa yang akan datang. Penggunaan dua teori yang berbeda tersebut menjadikan perbedaan variabel yang diteliti sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berbasis pengujian hipotesis. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive. Purposive sampling adalah cara mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Purposive sampling digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi jika peneliti mengambil sampel secara random. Pengambilan Sampel bagi Konsumen Kain Tenun Donggala secara purposive dilakukan dengan pertimbangan bahwa tidak semua masyarakat memiliki kain atau pakaian dari jenis kain Donggala sehingga peneliti hanya memilih konsumen yang menggunakan kain tenun donggala sebagai sampel. Sementara itu jumlah populasi juga tidak diketahui sehingga jumlah sampel yang ditarik mengikuti rumus

Roscoe dalam Sugiyono (2019) bahwa ukuran sampel untuk penelitian analisis dengan multivariate, misalnya korelasi atau regresi ganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, sehingga pada penelitian ini diambil sampel sebanyak 6 variabel yang diteliti x 10 yaitu sebesar 60 sampel. Penulis menentukan jumlah sampel 60 adalah sampel minimal, Semakin banyak sampel yang diambil, maka akan semakin akurat dan representatif hasil penelitian. Hal ini disebabkan bahwa sampel yang lebih besar memiliki lebih banyak kesempatan untuk mencerminkan karakteristik populasi yang sebenarnya sehingga sampel yang diambil dinaikan berjumlah 154, Selanjutnya teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dibuat dan disebarluaskan melalui media internet dengan aplikasi Google Form yang respondennya telah diketahui telah memiliki kain tenun Donggala atau pakaian dengan motif Donggala sehingga peneliti tidak perlu mendatangi atau bertemu dengan responden satu persatu secara fisik. Dalam penelitian ini penulis menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap kain tenun Donggala Jenis Subi yang berfokus pada faktor harga barang tersebut dan harga barang substitusi, faktor pendapatan, faktor jumlah anggota keluarga dan faktor selera konsumen. Model persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + e$$

Keterangan :

Y = Jumlah permintaan konsumen terhadap kain jenis subu.

a = Bilangan konstanta

x1 = Harga kain jenis Subi

x2 = Harga kain diproduksi ATBM

x3 = Pendapatan konsumen

x4 = Jumlah anggota keluarga

x5 = Selera konsumen

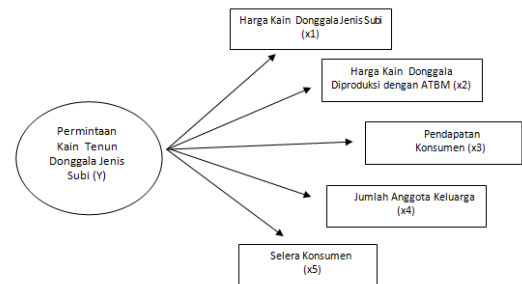
e = error

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ dan β_5 = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi pada masing-masing variabelnya. Selanjutnya dilakukan analisis linear berganda dilakukan dengan uji t, uji F dan Uji determinasi. Semua uji ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi eviews versi 12.

Kerangka Pikir

Gambar 1. Kerangka Pikir



HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden

Deskripsi responden merupakan latar belakang yang dimiliki oleh responden. Deskripsi responden ini diperlukan untuk melihat seperti apa latar belakang para responden dalam penelitian ini, dimana karakteristik responden yang difokuskan kepada pekerjaan dan pengeluaran tiap bulan, yang digambarkan sesuai table 1 dibawah ini, yaitu dari total 154 sampel yang diambil, sebanyak 103 atau 67% adalah Pegawai Pemerintah atau ASN, 28 atau 18% adalah Wirausaha/Pegawai yang bekerja pada perusahaan swasta, 7 orang atau 5% dari responden adalah Pensiunan Pegawai Pemerintah selanjutnya 7 orang atau 4%

responden adalah Guru atau Dosen selebihnya Anggota Dewan 4 orang dan Ibu Rumah Tangga adalah 5 orang masing-masing sebesar 3%.

Tabel 1 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	%
Pegawai Pemerintah /ASN	103	66.9
Wirausaha/Peg.Swasta	28	18.2
Guru/Dosen	7	4.6
Anggota Dewan	4	2.6
Pensiunan	7	4.5
Ibu Rumah Tangga	5	3.2
Total Responden	154	100

Sumber data : diolah

Sementara dari total sampel sebesar 154, sebanyak 44 responden atau 28,6% menyatakan pengeluarannya sebesar sampai dengan Rp. 3.000.000. Sebanyak 64 atau 41.6% responden melakukan pengeluaran antara Rp.3.100.000 sampai dengan Rp. 6.000.000. Kemudian sebanyak 30 atau 19.5% responden melakukan pengeluaran antara Rp.6.100.000 sampai dengan Rp. 9.000.000. dan - sebanyak 11 atau 7.1% responden melakukan pengeluaran antara Rp. 9.100.000.- sampai dengan Rp. 12.000.000. Sementara hanya 5 responden atau 3.2% responden diatas 12.100.000. Gambaran pengeluaran responden dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

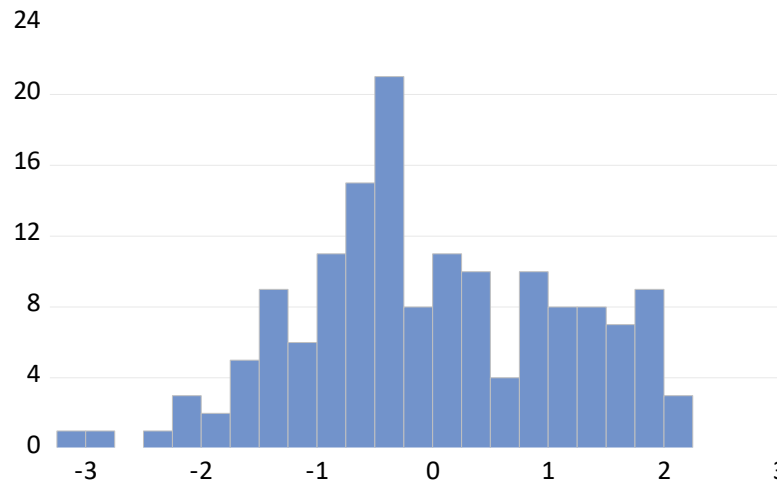
Tabel 2. Pengeluaran Responden Setiap Bulan

Pengeluaran	Responden	%
Rp. 0 sd 3.000.000.-	44	28.6
Rp. 3.100.000.sd. 6.000.000	64	41.6
Rp. 6.100.000.sd. 9.000.000	30	19.5
Rp. 9.100.000. sd. 12.000.000	11	7.1
Rp.12.100.000.sd. keatas	5	3.2
Total	154	100

Sumber data : diolah

Uji Normalitas

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber data : diolah

ada nilai residu normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah model yang memiliki residu dan terdistribusi secara normal atau Data dikatakan berdistribusi normal jika dalam uji normalitas, nilai signifikansi (p-value) yang diperoleh lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (biasanya 0,05). Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Dari hasil output diatas diperoleh nilai probabiity sebesar 0.0774923 atau $(0,000 > 0,05)$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 06/08/25 Time: 08:07
Sample: 1 154
Included observations: 154

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.382017	40.90911	NA
HARGA_KAIN_TENUN_JENIS_SUBI	0.004178	4.186197	1.152839
HARGA_KAIN_TENUN_JENIS_ATBM	0.006309	6.764869	1.098250
RATA_RATA_PEDAPATA_N_KONSUMEN	0.010734	6.500972	1.190961
JUMLAH_ANGGOTA_KELUARGA	0.003698	8.734193	1.036757
SELERA_KONSUMEN	0.308041	31.91622	1.036241

Sumber data : diolah

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai centered VIF semua variabel lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Heteroskedasticity Test:

ARCH	F-statistic	Prob. F(1,151)	Prob. Chi-Square(1)
0.283	998	0.5949	0.592

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 06/08/25 Time: 08:07
Sample (adjusted): 2 154
Included observations: 153 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.431353	0.194523	7.358271	0.0000
RESID^2(-1)	0.043274	0.081203	0.532915	0.5949
R-squared	0.001877	Mean dependent var	1.371830	
Adjusted R-squared	0.004733	S.D. dependent var	1.965302	
S.E. of regression	1.969947	Akaike info criterion	4.206876	
Sum squared resid	585.9845	Schwarz criterion	4.246490	
Log likelihood	319.8260	Hannan-Quinn criter.	4.222968	
F-statistic	0.283998	Durbin-Watson stat	2.008298	
Prob(F-statistic)	0.594876			

Sumber data : diolah

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas menunjukkan nilai prob 0,59 lebih besar dari 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	Prob. F(2,146)	Prob. Chi-Square(2)
2.183056	0.1164	0.1069

Test Equation:
Dependent Variable: RESID
Method: Least Squares
Date: 06/08/25 Time: 08:07
Sample: 1 154
Included observations: 154
Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

	0.014	0.6134	0.0241	0.980
C	827	13	71	7
HARGA_KAIN_TENUN_J	0.004	0.0644	0.0635	0.949
ENIS_SUBI	095	67	15	4
	-	-	-	-
HARGA_KAIN_TENUN_J	0.025	0.0805	0.3199	0.749
ENIS_ATBM	759	20	05	5
RATA_RATA_PEDAPAT	0.023	0.1043	0.2251	0.822
AN_KONSUMEN	494	57	32	2
	-	-	-	-
JUMLAH_ANGGOTA_KE	0.002	0.0603	0.0374	0.970
LUARGA	258	74	07	2
	0.011	0.5507	0.0201	0.983
SELERA_KONSUMEN	106	11	66	9
	0.116	0.0826	1.4046	0.162
RESID(-1)	106	58	57	2
	-	-	-	-
	0.142	0.0862	1.6496	0.101
RESID(-2)	218	10	64	2
	0.029	Mean	1.24E-	
R-squared	037	dependent var	16	
	-	-	-	-
	0.017	S.D.	1.179	
Adjusted R-squared	517	dependent var	442	
	1.189	Akaike info	3.235	
S.E. of regression	727	criterion	876	
	206.6	Schwarz	3.393	
Sum squared resid	559	criterion	639	
	-	-	-	-
	241.1	Hannan-	3.299	
Log likelihood	624	Quinn criter.	959	
	0.623	Durbin-	1.967	
F-statistic	730	Watson stat	345	
	0.735	-	-	-
Prob(F-statistic)	687	-	-	-

Sumber data : diolah

Berdasarkan hasil output di atas diperoleh nilai prob 0.10 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

Uji Regresi

Tabel 6. Hasil Uji Regresi

Dependent Variable:
 JUMLAH_PERMINTAAN_KONSUMEN_JENIS_SU
 BI
 Method: Least Squares
 Date: 06/08/25 Time: 08:07
 Sample: 1 154
 Included observations: 154

Variable	Coeffi cient	Std. Error	t- Statistic	Prob.
	-	-	-	-
C	1.433	0.6180	2.3199	0.021
HARGA_KAIN_TENU	0.574	0.0646	8.8823	0.000
N_JENIS_SUBI	113	35	49	0
HARGA_KAIN_TENU	0.226	0.0794	2.8459	0.005
N_JENIS_ATBM	051	29	49	1
RATA_PEDAPATAN	0.224	0.1036	2.1698	0.031
_KONSUMEN	798	03	06	6
JUMLAH_ANGGOTA	0.098	0.0608	1.6198	0.107
_KELUARGA	501	07	95	4
SELERA_KONSUME	0.009	0.5550	0.0180	0.985
N	992	14	03	7
	Mean			
R-squared	0.494	dependent	1.642	
	880	var	857	
	-	S.D.	-	-
	0.477	dependent	1.659	
Adjusted R-squared	815	var	508	
	1.199	Akaike info	3.239	
S.E. of regression	200	criterion	368	
	212.8	Schwarz	3.357	
Sum squared resid	359	criterion	691	
	-	-	-	-
	243.4	Hannan-	3.287	
Log likelihood	313	Quinn criter.	430	
	28.99	Durbin-	1.767	
F-statistic	994	Watson stat	967	
	0.000	-	-	-
Prob(F-statistic)	000	-	-	-

Sumber data : diolah

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R²) diketahui bahwa nilai signifikansi dari Adj R square yaitu 0.477815 yang artinya kemampuan variabel bebas (x1,x2,x3,x4 dan x5) dalam menjelaskan variabel terikat (Y) adalah sebesar 47,7% sisanya 52,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

Uji F

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai Prob(F-statistic) 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Variabel Harga Kain Tenun Donggala Jenis Subi, Variabel Harga Kain Tenun Donggala yang diproduksi menggunakan ATBM, Variabel Pendapatan Konsumen dan Variabel Jumlah Anggota

Keluarga, serta Variabel Selera Konsumen berpengaruh terhadap Permintaan Kain Tenun Donggala Jenis Subi.

Uji T

Dari hasil olahan statistik ini diketahui terdapat 4 variabel yang memiliki nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,05 yaitu Harga Kain Tenun Jenis Subi yaitu 0.0000, Harga Kain Tenun Jenis ATBM 0.0051, Pendapatan Konsumen 0.0316 dan Jumlah Anggota Keluarga 0.1074 signifikan terhadap Permintaan Kain Tenun Donggala Jenis Subi. Sementara Variabel Selera Konsumen memiliki nilai probabilitas 0.9712 (lebih besar dari 0,05) sehingga variabel ini tidak mempengaruhi permintaan konsumen hal ini juga dapat ditunjukkan melalui Koefisien pada variabel dummy yaitu - 0,02 yang berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel dummy (variabel selera konsumen) terhadap variabel dependen.

Persamaan statistik

Persamaan statistik menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen yang juga digunakan untuk mengestimasi, memahami atau menjelaskan fenomena berdasarkan data. Dari hasil olah uji regresi, maka persamaan model statistik diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 1.43 + 0.57X_1 + 0.22X_2 + 0.22X_3 + 0.09X_4 + 0.01X_5$$

Penjelasan hasil persamaan adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (β_0) sebesar -1.43 artinya ketika variabel Harga Kain Tenun Jenis Subi, Harga Kain Tenun dibuat menggunakan ATBM, Pendapatan Konsumen dan Jumlah Anggota Keluarga bernilai 0, maka prediksi jumlah permintaan Kain Tenun Jenis Subi adalah -1.43 atau tidak terjadi permintaan terhadap Kain Tenun Jenis Subi dengan asumsi variabel lain diluar persamaan dianggap tetap (ceteris paribus).
2. Nilai koefien (β_1) variabel x_1 sebesar 0.57 artinya ketika variabel Harga Kain Tenun Jenis Subi naik sebesar 1%, maka prediksi jumlah permintaan Kain Tenun Jenis Subi juga naik sebesar 0.57 lembar dengan

asumsi nilai variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus). Hasil ini menunjukkan berlawanan dengan teori permintaan. Mengapa? karena Kain Tenun Donggala dengan Jenis Subi ini tergolong barang prestise yaitu barang yang akan menunjukkan atau meningkatkan status sosial dan memberikan kesan mewah serta bergengsi bagi pemiliknya. Barang-barang ini biasanya mahal dan dianggap sebagai simbol keberhasilan atau kesuksesan.

3. Nilai koefien (β_2) variabel x_2 sebesar 0.22 artinya ketika variabel Pendapatan Konsumen diproduksi dengan metode ATBM naik sebesar 1%, maka prediksi jumlah permintaan Kain Tenun Jenis Subi adalah naik sebesar 0.57 lembar dengan asumsi nilai variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus). Hal ini sesuai dengan hukum permintaan barang substitusi menyatakan bahwa jika harga barang substitusi naik, maka permintaan untuk barang penggantinya akan meningkat, dan sebaliknya. Ini berarti ada hubungan positif antara harga barang substitusi dan jumlah barang yang diminta yaitu kain Tenun Jenis Subi.
4. Nilai koefien (β_3) variabel x_3 sebesar 0.22 artinya ketika variabel Pendapatan Konsumen naik sebesar 1%, maka prediksi jumlah permintaan Kain Tenun Jenis Subi adalah naik sebesar 0.57 lembar dengan asumsi nilai variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus). Hal ini sesuai dengan hukum permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan konsumen, maka semakin besar permintaan terhadap barang dan jasa, dan sebaliknya. Ini berarti pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan daya beli konsumen yang selanjutnya akan mendorong peningkatan permintaan kain tenun Jenis Subi.
5. Nilai koefien (β_4) variabel x_4 sebesar 0.09 artinya ketika variabel Jumlah Anggota

Keluarga bertambah sebesar 1 orang, maka prediksi jumlah permintaan Kain Tenun Jenis Subi adalah naik sebesar 0.09 lembar dengan asumsi nilai variabel lain dianggap tetap (*ceteris paribus*). Hal ini sesuai dengan hukum permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi jumlah anggota keluarga, semakin besar pula permintaan terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan oleh keluarga tersebut. Hal ini karena kebutuhan hidup keluarga akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah anggota keluarga. Sehingga bertambahnya jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi akan mendorong peningkatan permintaan kain tenun Jenis Subi.

6. Nilai koefien (β_5) variabel x_5 yaitu selera konsumen sebesar 0.01 namun karena Koefisien pada variabel dummy ini adalah -0,02 berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang artinya baik konsumen yang memiliki selera maupun yang tidak memiliki selera terhadap Kain Tenun Jenis Subi tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap kain Jenis Subi.

KESIMPULAN

1. Kain Tenun Donggala Jenis Subi diproduksi menggunakan alat tenun tradisional juga biasa dijadikan oleh masyarakat sebagai pakaian daerah adalah barang yang masuk dalam kategori Jenis Barang Prestise artinya permintaan barang jenis ini tetap ada meskipun harganya tergolong mahal.
2. Kain Tenun Donggala yang diproduksi menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) adalah barang substitusi dari Kain Tenun Jenis Subi, sehingga pola harganya cenderung mengikuti pola harga barang substitusi yaitu semakin tinggi harga kain diproduksi menggunakan ATBM, konsumen akan lebih memilih Kain Tenun Jenis Subi. Sehingga penetapan harga jual diharapkan

tidak mendekati Harga Kain Jenis Subi dan tetap memberikan harga dibawa harga kain Jenis Subi karena Kain jenis ini memiliki segmentasi pasar tersendiri dan permintaannya tetap tinggi.

3. Pendapatan dan Jumlah Anggota Keluarga juga menentukan jumlah permintaan konsumen terhadap Kain Tenun Jenis Subi sehingga untuk meningkatkan permintaan dapat dilakukan dengan mengarahkan pada konsumen yang berpendapatan lebih tinggi dan memiliki jumlah keluarga yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behavior & Marketing Action*, Fourth Edition, PWS-KENT, Publishing Company.
- Benyamin Parubak 2010. " Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian Kain Donggala Di Kotamadya Palu' WACANA Vol. 13 No. 4 Oktober 2010 ISSN. 1411-0199.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Milleium diterjemahkan oleh Benyamin Molan*. Jakarta: PT Prenhallindo
- Nitisusastro, Mulyadi 2013. *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan* . Bandung, Alfabeta.
- Nopirin 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, BPFE-Yogyakarta.
- Paulus Kurniawan Paulus, Budi Made Kembar Sri, 2015. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, Andi Yogyakarta.
- Soeharno 2009. *Teori Mikro Ekonomi*. CV. Andi Offset, Yogyakarta
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sukirno, Sadono, 2010. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sukirno, Sadono, 2016. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.