

**FAKTOR KEBUDAYAAN, KELAS SOSIAL, SIKAP, KEPERIBADIAN  
DAN PERSEPSI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KAIN SASIRANGAN DI KOTAMADYA  
BANJARMASIN**

---

**Rusman Irwansyah**

(Politeknik Banjarmasin)

**Nuril Huda**

(Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin)

**Ahmad Rifani**

(Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin)

**ABSTRACT**

*This research aimed to identify and analyze the influence of cultural factors (X1), social class (X2), attitude (X3), personality (X4), and perception (X5) simultaneously and partially on purchasing decisions of sasirangan cloth in the Municipality of Banjarmasin.*

*The research was conducted using the Analysis Method i.e. Statistical Descriptive Analysis Methods used to generate an overview of the data that has been collected; Multiple Regression Analysis used to find the influence of the independent variable (X) on the dependent variable (Y) either simultaneously or partially; and Classical Assumption Test by using Ordinary Least Square (OLS) in order to get unbiased and efficient estimation values from multiple linear regression equation. The hypothesis testing was conducted by using the F test to examine the simultaneous effect of independent variable on dependent variable. The hypothesis testing was also done by using the T test to determine the effect of each independent variable on the dependent variable.*

*The research results showed that the culture and perception factors were variables that significantly influenced the purchase decision of Sasirangan cloth in the Municipality of Banjarmasin.*

**Keywords:**

*Culture, Social Class, Attitudes, Personality, Perception, Purchasing, and Sasirangan Cloth.*

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor kebudayaan (X1), kelas sosial (X2), sikap (X3), kepribadian (X4), dan persepsi (X5) secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian kain sasirangan di Kotamadya Banjarmasin.*

*Penelitian dilakukan dengan menggunakan Metode Analisis yaitu Analisis Statistik Deskriptif Analisis yang digunakan untuk menghasilkan gambaran dari data yang telah terkumpul, Analisis Regresi Berganda Untuk mencari pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), baik simultan maupun parsial, dan Uji Asumsi Klasik agar diperoleh nilai estimasi yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi linier berganda, digunakan metode kuadrat terkecil atau Ordinary Least Square(OLS). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji F untuk menguji pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent dan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kebudayaan dan persepsi merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin.*

### **Kata Kunci:**

*Kebudayaan, Kelas Sosial, Sikap, Kepribadian, Persepsi, Pembelian, dan Kain Sasirangan.*

## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan kesepakatan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN di Phnom Penh, pada Desember 2015, *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) akan diberlakukan. Hanya akan ada satu pasar dan basis produksi dengan lima elemen utama, yaitu aliran bebas barang, bebas jasa, bebas investasi, aliran modal dan aliran bebas tenaga kerja terampil, (<http://www.Indonesiafinancetoday.Com> diakses tanggal 23 April 2013). Dengan adanya pasar bebas mengakibatkan persaingan bisnis semakin ketat sehingga setiap perusahaan dituntut untuk memproduksi produk-produk yang berkualitas dan bervariasi supaya bisa bersaing dengan yang lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kain sasirangan di Kotamadya Banjarmasin.
2. Apakah variabel kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kain sasirangan di Kotamadya Banjarmasin.

## PEMBAHASAN

### Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kotamadya Banjarmasin dengan pertimbangan bahwa dari segi penjualan dan jumlah toko yang khusus menjual produk kain Sasirangan paling banyak terdapat di kota Banjarmasin. Adapun jangka waktu penelitian ditetapkan selama 5 bulan.

### Populasi

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh masyarakat yang membeli kain sasirangan di Kotamadya Banjarmasin.

### Sampel Penelitian

Penarikan sampel sebagai responden karena jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka menggunakan teknik non probabilitas atau *non random sampling* yaitu dengan metode *Judgment sampling*. Sampel pertimbangan (*judgment sampling*) dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa unit atau unsur penarikan sampel akan dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian (Kinneer dan Taylor, 1997). Adapun kriteria yang ditentukan dalam penetapan responden adalah :

1. Responden mengetahui produk kain sasirangan.
2. Responden pernah membeli kain sasirangan minimal satu (1) kali.
3. Usia minimal responden 17 tahun.

Sampel diseleksi dengan pertimbangan sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian dengan memberikan kuesioner pada responden di 5 kecamatan yang ada di Kotamadya Banjarmasin secara merata yang terdiri dari Kecamatan Banjar Utara, Kecamatan Banjar Selatan, Kecamatan Banjar Timur, Kecamatan Banjar Barat, dan Kecamatan Banjar Tengah.

### Jumlah Sampel

Roscoe (1992) dalam Sekaran (2006) menegaskan bahwa bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat, jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel/atribut yang diteliti. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga dalam penentuan sampel ditentukan dengan pendekatan Roscoe, yaitu sebanyak 10 kali dari jumlah variabel dalam penelitian ini (5 variabel bebas dan 1 variabel terikat) sehingga didapatkan ukuran sampel minimal sebanyak 60 orang. Untuk penggunaan regresi linier berganda, jumlah sampel minimal adalah 30 data, akan tetapi, semakin banyak data yang diolah maka semakin kecil kemungkinan model regresi mengalami pelanggaran terhadap asumsi klasik. Sehingga dalam penelitian ini ditetapkan responden sebanyak 100 orang. Sehingga dari 5 (lima) kecamatan yang ada di Kotamadya Banjarmasin dapat ditetapkan masing-masing kecamatan diambil 20 orang responden.

### Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian atau data yang belum melalui proses pengumpulan dari pihak lain. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kuesioner tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen

dalam pengambilan keputusan pembelian kain Sasirangan. Data ini diperoleh dari responden yang melakukan pembelian kain Sasirangan di kota Banjarmasin.

### **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utamanya, melainkan sudah diolah oleh pihak lain dan digunakan sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dalam penelitian ini terutama diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin berupa data perkembangan industri sasirangan serta jumlah pengusaha sasirangan yang ada di kota Banjarmasin. Data dari Bank Indonesia berupa hasil penelitian KPJU di Kalimantan Selatan tahun 2007 dan 2012. Selain itu juga data-data dari para pemilik toko kain Sasirangan yang ada di Kota Banjarmasin seperti motif-motif sasirangan yang dijual pada masing-masing toko sasirangan maupun data-data lainnya.

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan metode wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan menggunakan kuesioner kepada responden sehingga diperoleh data atau informasi yang relevan dan valid dan diperoleh jawaban dalam bentuk tulisan untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik mengenai faktor-faktor sosial dan budaya serta keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan.

### **Variabel Penelitian**

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel bebas (*independent variable*) atau disebut variabel (X) yang terdiri dari faktor kebudayaan (X1), faktor kelas sosial (X2), sikap (X3), kepribadian (X4) dan persepsi (X5), serta sebuah variabel tidak bebas (*dependent variable*) atau disebut variabel (Y) yaitu keputusan pembelian.

### **Pengukuran Variabel**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Interval karena lebih banyak digunakan untuk mengukur fenomena/gejala sosial (Sugiyono, 2010). Selanjutnya untuk mendapatkan data interval atau rasio dan memberikan penilaian item-item pada instrumen penelitian (kuisisioner) dalam penelitian ini digunakan Skala Likert yang terdiri atas lima tingkat.

### **Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis yang digunakan untuk menghasilkan gambaran dari data yang telah terkumpul berdasarkan berdasarkan jawaban responden adalah melalui distribusi item dari masing-masing variabel. Penyajian data yang telah terkumpul pembahasannya secara deskriptif dilakukan dengan menggunakan tabel frekuensi.

### **Analisis Regresi Berganda**

Untuk mencari pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), baik simultan maupun parsial dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package*

For the Social Science) dengan model Regresi Linear Berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian
- $\beta_0$  = Intercept Y
- $\beta_{1,5}$  = Koefisien X1, X2, X3, X4, X5
- X1 = Faktor Budaya
- X2 = Faktor Kelas Sosial
- X3 = Faktor Sikap
- X4 = Faktor Kepribadian
- X5 = Faktor Presepsi
- e = Error

### Pengujian Hipotesis

Kriteria pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t, yaitu:

#### 1. Pengujian Hipotesis Pertama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent*. Pengujian dilakukan dengan cara melihat nilai signifikan  $F_{hitung}$ . Jika nilai jika nilai signifikansi  $F_{hitung}$  dari 0.05 maka variabel independent secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $F_{hitung}$  dari 0.05 maka variabel *independent* secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

#### 2. Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Pengujian dilakukan dengan cara melihat nilai signifikan  $t_{hitung}$ . Jika nilai signifikansi  $t_{hitung}$  dari 0.05 maka variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*, dan sebaliknya Jika nilai signifikansi  $t_{hitung}$  dari 0.05 maka variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Di samping itu uji t juga digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel *independent* tersebut terhadap variabel *dependent*, yaitu dengan melihat besarnya  $r^2$  parsial setiap variabel.

### Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka digunakan uji F. Kriteria pengujian adalah jika nilai signifikansi  $F_{hitung}$  kurang dari 0,05 dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka variabel *independent* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Sebaliknya jika nilai signifikansi F lebih besar dari 0,05 dan  $F_{hitung}$  kurang dari  $F_{tabel}$  maka variabel *independent* secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

Hipotesis 1 yang menyatakan menduga bahwa faktor kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. Besarnya  $F_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan (alfa) 5%, dengan nilai numerator (df1) sebanyak  $6 - 1 = 5$  (jumlah variabel - 1), dan denominator (df2) sebanyak  $100 - 6 = 94$  (jumlah sampel - jumlah variabel), sehingga didapatkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,32. Besarnya  $F_{hitung}$  91,880 jauh lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $91,880 > 2,32$ ) atau Signifikansi F kurang dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan faktor kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima atau faktor kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin.

Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat karena berada pada kisaran nilai hubungan lebih dari 0,75 sampai dengan 0,99 (Sarwono, 2009) antara faktor kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2012). Adapun kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel yang dimasukkan ke dalam model, di mana setiap tambahan satu variabel bebas maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012). Oleh karena itu nilai *adjusted*  $R^2$  lebih dianjurkan untuk digunakan dalam regresi berganda. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model regresi (Ghozali, 2012).

Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,821 atau 82,1% menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (faktor kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sebesar 82,1%. Sedangkan sisanya sebesar 17,9% ( $100\% - 82,1\% = 17,9\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain seperti variabel bauran pemasaran maupun variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian

### Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka digunakan uji t. Jika nilai signifikansi t kurang dari 0,05 dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$  maka variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Sebaliknya jika nilai signifikansi t lebih dari 0,05 dan  $t_{hitung}$  kurang dari  $t_{tabel}$  maka variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Berikut ini adalah Tabel 1 yang menunjukkan hasil uji t dan besarnya  $t_{tabel}$  pada signifikansi 5% dua sisi :

**Tabel 1**  
**Rangkuman Nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$**

Variabel Bebas	$t_{hitung}$	Sig	$t_{tabel}$	$r_{parsial}$	$r_{parsial}^2$	Keterangan
Kebudayaan ( $X_1$ )	7,637	0,000	1,9855	0,619	0,3832	Signifikan
Kelas Sosial ( $X_2$ )	0,374	0,709	1,9855	0,039	0,0015	Tidak Signifikan
Sikap ( $X_3$ )	1,617	0,109	1,9855	0,165	0,0272	Tidak Signifikan
Kepribadian ( $X_4$ )	0,404	0,687	1,9855	0,042	0,0018	Tidak Signifikan
Persepsi ( $X_5$ )	2,635	0,010	1,9855	0,262	0,0686	Signifikan

*Sumber: Hasil Olahan Data, 2014*

Berdasarkan Tabel 1 di atas maka dapat dilihat perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yang menunjukkan bahwa dari lima variabel bebas hanya dua variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk lebih jelasnya berikut penjelasan dari masing-masing variabel:

### **Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian pada konsumen kain Sasirangan untuk menganalisis pengaruh variabel kebudayaan ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan.

Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Sasirangan merupakan salah satu corak adat istiadat peninggalan budaya banjar yang sangat berharga dan mengakar kuat di masyarakat. Sejarah perkembangan kain sasirangan yang semula hanya digunakan sebagai media ritual pengobatan, kemudian berkembang menjadi pakaian adat bagi para bangsawan kerajaan banjar dan terus berkembang sampai sekarang menjadi pakaian yang dapat digunakan bagi semua kalangan masyarakat.

Para pengrajin sasirangan terus mengembangkan pola corak kain sasirangan sesuai selera seni dengan tidak meninggalkan ciri khas dari kain sasirangan itu sendiri. Sehingga bagi konsumen yang membeli produk kain sasirangan dapat memilih motif sasirangan sesuai dengan selera seni masing-masing baik dengan motif tradisional maupun motif modern. Untuk melestarikan kain Sasirangan sebagai produk yang mencirikan budaya banjar, bukan saja menjadi kewajiban para pengrajin sasirangan dan pemerintah daerah, akan tetapi diperlukan keterlibatan semua masyarakat banjar.

### **Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian pada konsumen kain Sasirangan untuk menganalisis pengaruh variabel kelas sosial ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan

Variabel kelas sosial dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator tingkat penghasilan dan tingkat pendidikan. Tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian dilihat dari indikator tingkat penghasilan disebabkan karena untuk memutuskan membeli kain sasirangan, konsumen mendapatkan banyak alternatif pilihan, dari harga yang murah di bawah seratus ribu rupiah, sampai harga

yang di atas satu juta rupiah sehingga tingkat pendapatan tidak menjadi permasalahan utama. Selain itu, adanya kewajiban untuk menggunakan seragam kantor ataupun seragam sekolah sasirangan, menyebabkan pegawai/karyawan yang tempat kerjanya mewajibkan seragam sasirangan ataupun orang tua yang anaknya diwajibkan membeli seragam sekolah sasirangan tidak lagi mempertimbangkan besar kecilnya pendapatan, karena memang sudah menjadi kewajibannya membeli kain sasirangan tadi.

### **Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian pada konsumen kain Sasirangan untuk menganalisis pengaruh variabel sikap (X3) terhadap keputusan pembelian menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan.

Variabel sikap dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu kepercayaan terhadap mutu kain sasirangan, kesukaan memakai kain sasirangan, serta minat menggunakan kain sasirangan dibandingkan kain tradisional lainnya dari daerah lain. Tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel sikap terhadap keputusan pembelian dilihat dari indikator kepercayaan terhadap mutu, dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya salah satu kelemahan mendasar kain sasirangan adalah produknya yang mudah luntur jika dicuci. Selain itu, warna pada kain sasirangan jika sudah dicuci berulang kali seringkali menyebabkan warnanya pudar tidak lagi secerah warna asalnya.

### **Pengaruh Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel kepribadian (X4) dalam penelitian ini juga tidak menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kain sasirangan di kota Banjarmasin.

Tidak adanya pengaruh signifikan variabel kepribadian terhadap keputusan pembelian dapat disebabkan karena kain sasirangan dipakai untuk semua kalangan, sehingga tidak ada yang beranggapan tidak sesuai maupun sebagai orang yang paling sesuai saat memakai kain sasirangan. Selain itu, sama pada saat menggunakan pakaian lainnya, orang akan dapat meningkatkan kepercayaan dirinya ataupun dapat mengekspresikan dirinya dari pakaian yang dikenakannya pada saat pakaian tersebut sesuai dengan mode ataupun selera dalam berpakaian. Akan tetapi, dalam hal pemakaian sasirangan yang lebih banyak digunakan sebagai pakaian mingguan dikantor ataupun di sekolahan, pakaian sasirangan ini tidak menjadi sesuatu yang dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang ataupun menjadi media mengekspresikan diri karena menjadi pakaian seragam yang juga digunakan oleh banyak orang lainnya. Sedangkan kain sasirangan digunakan sebagai media untuk memudahkan dalam sosialisasi diri dengan lingkungan sekitar, dimana pada kenyataannya untuk memudahkan orang dalam bersosialisasi bukanlah dari pakaian yang dikenakannya, akan tetapi dilihat dari bagaimana orang tersebut mampu dalam berkomunikasi.

### **Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian pada konsumen kain Sasirangan untuk menganalisis pengaruh variabel persepsi (X5) terhadap keputusan pembelian menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan. Adanya pengaruh signifikan dari variabel persepsi terhadap Keputusan Pembelian Kain Sasirangan sehingga dapat diartikan apabila variabel persepsi ini dapat ditingkatkan lagi kesadarannya baik oleh para pengusaha kain Sasirangan yang

ada di Kota Banjarmasin maupun oleh pemerintah daerah, maka akan mampu mendorong para konsumen maupun calon konsumen untuk melakukan pembelian kain Sasirangan.

Persepsi positif konsumen terhadap kain sasirangan harus terus ditumbuhkan agar konsumen dalam memutuskan pembelian kain sasirangan bukan hanya sebatas karena kewajiban menggunakan seragam kantor ataupun seragam sekolah sasirangan, akan tetapi keputusan pembelian ini didasarkan adanya kesadaran dan kebanggaan akan produk sasirangan sebagai salah satu ikon budaya banjar.

## Kesimpulan

Faktor kebudayaan, kelas sosial, sikap, kepribadian dan persepsi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. Hasil ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dari Benyamin et al., (2010), Abdul dan Tri (2011) serta Millatina dan Beby (2013).

Faktor kebudayaan dan persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. Hasil ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dari Benyamin et al., (2010) serta Abdul dan Tri (2011) akan tetapi bertentangan dengan hasil penelitian dari Millatina dan Beby (2013). Sedangkan faktor kelas sosial, sikap dan kepribadian tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. Hasil ini mendukung hasil penelitian Benyamin et al., (2010) serta Millatina dan Beby (2013) dan bertentangan dengan hasil penelitian Abdul dan Tri (2011).

## DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, (2002), *Prilaku Konsumen*, Edisi Revisi, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti, (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*. Vol.1 No.1.
- Amirullah, (2002), *Prilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Anderson, Patricia M, (1996), *Percetion and Emotional State Factor in Approech-Avoedance Behavior in the Store Environment*, AMA Educato' Conference Proceeding, Chicago.
- Anonim,(1992) *Metode Pembuatan Kain Sasirangan*, Departemen Perindustrian Kotamadya Banjarmasin.
- Arikunto, Suharsimi, (1996) *Prosedure Penelitian*, Rineka Cipta, Jogjakarta.
- Asseal, Henry, (1995) *"Consumer Behavior and Marketing Action"*, Keat Publishing Company, Boston.
- Bank Indonesia (2007). Penelitian Pengembangan KPJU Unggulan UMKM di Provinsi Kalimantan Selatan.
- ..... (2012). Penelitian Pengembangan KPJU Unggulan UMKM di Provinsi Kalimantan Selatan.

- Badan Pusat Statistik (BPS), (2013). Kota Banjarmasin Dalam Angka. Kerjasama Bappeda Kota Banjarmasin dengan Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin.
- Benyamin Parubak, et al., (2010). Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kain Donggala di Kotamadya Palu. *Jurnal Wacana*, Vol.13 No.4.
- Burke, Raymond, June, (1992), *Comparing Dynamic Cosstumer Choice in Real and Computer-Simulated environment*, Journal of Consumer Research, P. 198-211.
- Cravens W, David, (1996) "Pemasaran Strategi"
- Djarwanto dan Subagio P, (1993), "Statistik Induktif", Edisi 4, Yokyakarta.
- Engel, James F, Rogert D. Blackwell, Paul W. Miniard (1994), *Prilaku Konsumen*, Edisi Ke enam, Binarupa Askara, Jakarta.
- Ghozali, Imam, (2012), *Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gondo Astuti, (1997), "Fakrtor-faktor Yang Mempengaruhi Wanita Pekerja Berbelanja di Supermaket di Kodya Malang", Tesis Program Pascasarjana Universitas Brawijaya, Malang.
- Hakim A, (2002), "Statistik Induktif : Untuk Ekonomi dan Bisnis", Edisi 2, Yokyakarta.
- Hawkins, Del I, Best, R,J, Coney, K.A, (2001), *Consumer Behatvior : Bulding Marketing Strategy*, Seven Edition, Boston. MA:Irwin-Mc-Graw-Hill.
- Kotler, Philip, (1997), "*Marketing Management : Analysis, Planing, Implementation, and Control*", Jilid 1, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2008 a), "*Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta
- , (2008 b), "*Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, PT. Indeks, Jakarta
- Loudon David L,& Albert J. Della Bitta (1993), "*Consumer Behavior : Concepts and Aplications*", Fourth Ediyion, Mc Graw-Hill.
- Lovelock, Christopher. H, and Wright, K Lauren (1999), "Manajemen Pemasaran Jasa.
- Mallhotra Naresh K, (1993), *Marketing Research: An Applied Orientation*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Millatina Urfana dan Beby Karina F.S. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Kepribadian dan Psikologis Terhadap Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Kotamadya Medan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, Vol.1 No.3.
- Mowen Jhon C, & Minor, M, (1999), *Consumer Behavior*, Five Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- M. Mursid, (1997), *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Masrifani Djamhar, (1998), *Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian Kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin*, Tesis Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang,

- Peraturan Gubernur Kalimantan Selatan Nomor 091 Tahun 2009 tentang *Standarisasi Pakaian Dinas Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan*.
- Prayitno, Duwi,(2012). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Cetakan Pertama. PT. Buku Seru, Jakarta.
- Sarwono, Jonathan, (2009), *Statistik itu Mudah: Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 13*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma, (2006), *Research Methods for Business: A Skill Bulding Approach*, Fourth Edition, New York; Jonh Willey & Sons, Inc.
- Solomon, Michael R, (1999) , *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, Four Edition, New Jersey 07548; Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk, (1994), *Consumer Behavior*; Five Edition, New Jersey: Prentice Hall International, Inc,
- Sumarwan , Ujang, (2003), *Prilaku Konsumen (Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran)*, Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.
- Sugiyono, (2003), “Statistik Untuk Penelitian”, Cetakan kelima, Bandung  
-----, (2010), *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiarto, (1992), *Teknik Analisis Regresi dan Kolerasi*, Adisi Ketiga, Penerbit Tarsito Bandung.
- Susanto, (1988), *Prilaku Konsumen Dalam Pembelian Batik Jadi Sebagai Dasar Strategi Pemasaran di Kotamadya Yogyakarta*, Tesis Program Pascasarjana UGM.
- Ujiyanto dan Abdurrahman, (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Sarung di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6 No.1, Hal.34-53.
- Umar Husin. (1997), *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, PT. Gramadia Pustaka, Jakarta.
- Winardi, (1995), *Marketing dan Prilaku Konsumen*, Mandar Maju, Bandung,
- William J, Stanton and Charles Futrell, (1987), *Fundamental of Marketing*, 8 th Edition, Mc. Graww Hill Book Company, New York.
- Zakiyah Zahara, (1997), “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membuat Keputusan Pembelian Kain Songket di Kotamadya Palembang*”, Tesis Program Pascasarjana Universitas Brawijaya, Malang.



