



# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM DENGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI LOGISTIK BINER (Studi Kasus : Butik Naufal Balaraja Kabupaten Tangerang)

Linah Marlinah<sup>1\*</sup>, R. Aditama<sup>2</sup>  
Program Studi Matematika FMIPA Universitas Pamulang<sup>1,2</sup>  
[linahmarlinah214@gmail.com](mailto:linahmarlinah214@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [aditama@gmail.com](mailto:aditama@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstrak**– Penelitian ini membahas mengenai analisis faktor-faktor mengenai keputusan pembelian busana muslim (studi kasus Butik Naufal Kecamatan Balaraja). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 93 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi logistik biner dengan uji G, uji, Wald. Dengan variabel kualitas produk ( $x_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan sebesar 85,5% dan variabel harga ( $x_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan sebesar 26,4%.

**Kata Kunci** – Harga, Kualitas, Keputusan Pembelian, Regresi Logistik

## I. PENDAHULUAN

Pada era masa kini dalam dunia industri bisnis menjadi sangat pesat, baik dalam negeri maupun internasional, untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis seseorang harus mampu memberikan kesan yang baik kepada para konsumennya yang terkait dengan produk, seperti: hubungan antara harga dan produk, kualitas produk, keunggulan produk, karakteristik produk, desain produk, jenis produk yang disediakan. Pemasar yang menjual produk berupa barang dan jasa harus memenuhi kebutuhan dan keinginannya agar dapat memberikan nilai yang lebih baik dari pesaingnya. Semakin banyak wanita Indonesia yang mengenakan kerudung atau jilbab di pasar berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia.

Disisi lain, hijab trendi yang dijual di atas harga Rp 200.000 bahkan hingga jutaan rupiah relatif terbatas namun menawarkan margin keuntungan yang tinggi. Peluang pasar produk hijab di Indonesia masih terbuka baik untuk kelas bawah maupun kelas atas karena pemain di sektor ini relatif sedikit. Selain itu, permintaan akan produk hijab modis kelas atas tidak hanya terbatas pada pasar domestik tetapi juga pasar regional dan internasional mengingat semakin menonjolnya Indonesia sebagai pusat mode Islami. Butik atau toko pakaian Muslim juga dapat ditemukan di pasar tradisional serta mall modern. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, situs e-commerce yang menawarkan pakaian muslim dan produk yang beragam untuk semua segmen konsumen. Oleh karena itu, sebagai produsen atau penjual harus mampu mempengaruhi konsumen dengan berbagai cara agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkannya, bahkan mereka yang tidak mau membeli produk tersebut sejak awal. Pada dasarnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu akan menolak keesokan harinya sehingga menimbulkan persaingan untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang dapat bersaing di pasaran. Meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka kebutuhan masyarakat akan barang juga akan terus meningkat. Hal ini dapat mempengaruhi

perilaku masyarakat dalam memilih barang yang akan dibeli atau dianggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Produk yang berkualitas baik dan harga yang kompetitif yang pada akhirnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2019:67)[1], harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Dalam pengambilan keputusan setiap pembelian yang dilakukan seseorang pada dasarnya memiliki kesamaan. Namun dalam setiap tahapannya menghasilkan keputusan yang berbeda, untuk membeli atau tidak. Masyarakat dengan tingkat minat yang jauh lebih tinggi mengakibatkan suatu perusahaan berlomba untuk menciptakan produk dengan kualitas yang dapat diterima oleh masyarakat luas dengan jangkauan yang lebih luas pula. Dalam Abdurrahman dan sanusi (2015:41-43) [2] proses pengambilan keputusan pembelian konsumen meliputi lima tahapan diantaranya, indentifikasi permintaan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Kegiatan bisnis adalah kegiatan yang dilakukan di bidang usaha untuk memenuhi kebutuhan individu, baik dalam bentuk produksi, konsumsi, atau distribusi, untuk memperoleh keuntungan. Hal tersebut merupakan perkembangan yang cukup bagus dan memberikan kontribusi untuk Indonesia. Fenomena yang menarik saat ini dikalangan masyarakat adalah busana muslim, terutama penggunaan hijab yang menjadi mode fashion masa kini. Terutama pada tahun 2020 yang memilih untuk menutup Butik dan hanya melakukan transaksi online saja. Oleh karena itu, penting nya bagi pegiat usaha di bidang fashion berusaha menarik perhatian masyarakat untuk tetap membeli baju muslim dengan tetap mempertahankan kualitas produk dengan harga yang diinginkan oleh konsumen. Di Butik Naufal yang berlokasi di Balaraja Kabupaten Tangerang menyediakan

berbagai busana muslim kebutuhan para muslim maupun muslimah baik yang sedang belajar menutup aurat ataupun yang istiqomah dalam berbusana syar'i. Butik Naufal sendiri memiliki Produk yang beragam diantaranya Wanoja, Rauna, Rahnem, Qirani, Zenitha, Zizazu, Mouza, Rocella, Babyjab, Zinnia, Mais ara Premium dan banyak masih lagi. Berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Busana Muslim Dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik Biner".

## II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan jenis dan desain penelitian kuantitatif [4]. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berupa kuesioner dengan menggunakan 5 skala liker untuk kualitas produk ( $x_1$ ) dan harga ( $x_2$ ) dan skala dikotom (Y). Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2021 bertempat di Butik Naufal Jl Raya Kresek KM 0,1 Balaraja kabupaten Tangerang Banten. Dengan sampel sebanyak 93 responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Dalam teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian dengan metode regresi logistik biner memiliki beberapa tahapan [3].

### 1. Karakteristik Responden

Dengan mengambil jumlah sampel sebanyak 93 konsumen, adapun data sampel sebagai berikut :

**Tabel 1:** Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
Pria	3	2,79%
Wanita	90	97,21%
Total	93	100%

Menunjukkan bahwa dalam pembelian busana muslim di dominasi oleh wanita sebanyak 97,21% sedangkan sisanya laki-laki sebanyak 2,79%.

**Tabel 2 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
17-25 Tahun	13	13,98%
26-34 Tahun	23	24,73%
35-43 Tahun	48	51,61%
>43 Tahun	9	9,68%
Total	93	100%

Keputusan pembelian busana muslim di Butik Naufal dengan rentang usia 17-25 tahun sebesar 13,98%, pada rentang usia 26-34 sebesar 24,73%, kemudian pada rentang usia 35-43 sebesar 51,6% dan pada rentang usia diatas 35 tahun yaitu sebesar 9,68%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di Butik Naufal yaitu memiliki rentang usia pada 35-43 tahun.

**Tabel 3 : Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian**

Pembelian	Frekuensi	Persentase
1 Kali	0	0%
2-5 Kali	12	13%
> 5 Kali	81	87%
Total	93	100%

Berdasarkan pembelian busana muslim 1 kali dengan persentase 0%, kemudian pembelian 2-5 kali 13% dan untuk pembelian lebih dari 5 kali sebesar 87%. Hal ini menunjukkan sebagian besar konsumen Butik Naufal melakukan pembelian lebih dari 5 kali yaitu dengan persentasi 87%.

**Tabel 4 : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	3	3,23%
PNS	4	4,3%
Ibu Rumah Tangga	53	57%
Wiraswasta	32	34,4%
Lainnya	1	1,08%
Total	93	100%

Karakteristik jenis pekerjaan sebagian mahasiswa 3,23%, pekerjaan sebagai PNS 4,3%, dilanjut dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yang mendominasi sebagian karakteristik jenis pekerjaan sebesar 57%, serta yang kedua sebagai wiraswasta sebesar 34,4%, dan pekerjaan perawat atau lainnya sebesar 1,08%.

**Tabel 5 : Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Kurang dari Rp.1.000.000	27	29%
Rp.1.000.000- Rp.3.000.000	38	41%
Rp.3.000.000- Rp.6.000.000	22	24%
>Rp.6.000.000	6	6,5%
Total	93	100%

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang mendominasi pembelian busana muslim di Butik Naufal adalah responden dengan penghasilan Rp.1000.000-Rp.3.000.000 sebanyak 38 responden dengan nilai presentasi 41%.

2. Uji Parameter Silmultan

Tabel 6 : Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	43.226 <sup>a</sup>	.404	.646

Pada model summary diatas diperoleh nilai rasio kemungkinan sebesar 43,226. Dengan nilai *chi square* tabel = 5,99 dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 2$ , oleh sebab itu dapat dilihat bahwa  $G\chi^2_{(0,05,2)}$  yaitu  $43,226 > 5,99$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,646 atau dapat dikatakan kontribusi variabel dependen sebesar 64,6%.

Tabel 7 : Klasifikasi Tabel

Predicted		Percentage Correct
Y		
Tidak Membeli	Membeli	
11	7	61.1
2	73	97.3
		90.3

Ketetapan prediksi sebesar 90,3%. Dan diperoleh nilai prediksi keputusan pembelian sebesar 80 orang yang memutuskan melakukan membeli busana muslim di Butik Naufal, baris obeservasi di prediksi oleh model 7 orang tidak melakukan keputusan pembelian dan 73 orang melakukan keputusan pembelian. Nilai prediksi keputusan pembelian 13 orang, baris observasi di prediksi 11 orang tidak membeli dan 2 orang melakukan keputusan pembelian

Tabel 8 : Omnibus dari Model Koefisien

Step	Chi-Square	df	Sig.
Step 1	48.161	2	.000

Block	48.161	2	.000
Model	48.161	2	.000

Dapat dilihat bahwa didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  dengan kesimpulan  $H_0$  ditolak. Yang berarti minimal ada variabel bebas yang mempengaruhi model.

3. Uji Parsial

Tabel 9 : Variabel dalam Persamaan

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.
X1	.855	.264	10.478	1	.001
X2	.264	.130	4.123	1	.042
constant	-39.295	12.148	10.463	1	.001

Dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 1$  pada tabel *chi-square* = 3,841. Dari tabel uji *Wald* diatas bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) lebih besar dari nilai *chi-square* tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Dengan kesimpulan kedua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Butik Naufal.

4. Uji Kecocokan Model

Tabel 10 : Kontingensi Untuk Uji Hosmer and Lemeshow

Y = Tidak Membeli		Y = Membeli		Total
Observed	Expected	Observed	Expected	
7	7.944	2	1.056	9
5	4.865	3	3.135	8
6	4.425	3	4.575	9
1	2.169	8	6.831	9
1	.456	8	8.544	9
0	.098	9	8.902	9
0	.027	9	8.973	9
0	.009	9	8.991	9
0	.005	9	8.995	9
0	.002	13	12.998	13

Dapat dilihat bahwa dari 10 langkah pengamatan konsumen terhadap keputusan pembelian (Y) nilai yang diamati maupun nilai yang diprediksi tidak memiliki perbedaan yang ekstrim. Ini berarti bahwa model regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini cocok.

**Tabel 9** : Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	2.024	8	.980

Nilai *chi-square* tabel 15,507 dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 8$ , dengan demikian dapat dilihat bahwa  $\bar{C} < \chi^2(\alpha g - 2)$ . Yaitu  $2,024 < 15,507$ . Hasil pengujian statistik menunjukkan probabilitas signifikansi diperoleh angka 0,980 dimana lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima jika yang berarti tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi dengan kata lain model fit atau layak untuk digunakan.

## 5. Model Regresi Logistik Biner

**Tabel 10** : Nilai Koefisien Variabel

Variabel	B
$X_1$	0.855
$X_2$	0.264
Konstan	-39,295

Berdasarkan pada tabel 4.16 maka diperoleh nilai koefisien sebagai berikut :

$$\beta_0 = -39,295$$

$$\beta_1 = 0,855$$

$$\beta_2 = 0,264$$

Model awal untuk regresi biner yang telah disubstitusikan dengan model logit masing-masing kedalam model sehingga diperoleh sebagai berikut :

$$g(x) = -39,295 + 0,855x_1 + 0,264x_2$$

$$\pi(x) = \frac{e^{g(x)}}{1 + e^{g(x)}}$$

$$\pi(x) = \frac{e^{-39,295 + 0,855x_1 + 0,264x_2}}{1 + e^{-39,295 + 0,855x_1 + 0,264x_2}}$$

## Pembahasan

### 1. Interpretasi Model Regresi Logistik Biner

Berdasarkan hasil dari analisis secara parsial estimasi nilai konstan  $-39,295$ . Nilai koefisien regresi **0,855** atau 85,5% pada variabel kualitas produk ( $x_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Hal ini dapat dilihat dengan nilai signifikansi 0,01 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ .

Nilai koefisien regresi **0,264** atau 26,4% pada variabel harga ( $x_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Hal ini dapat dilihat dengan nilai signifikansi 0,042 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ .

Untuk model terbaik regresi logistik biner seperti diatas dapat diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian produk busana muslim di Butik Naufal dipengaruhi secara positif oleh faktor kualitas produk akan meningkatkan sebanyak 85,5% keputusan pembelian produk busana muslim di Butik Naufal.

### 2. Interpretasi Model Menggunakan Odds Ratio

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 23.0 diperoleh nilai *Odds ratio* seperti pada tabel 10

**Tabel 10** : Kontribusi Variabel X Terhadap Y

Variabel	$Exp(B)$
$X_1$	2,351
$X_2$	1,302
Konstan	.001

Berdasarkan tabel kontribusi variabel dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Variabel Kualitas Produk ( $x_1$ )

$$Exp \beta = 2,351 = e^{2,351} = 10,496$$

Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa jika variabel kualitas produk naik 1 tingkat maka peluang keputusan pembelian busana muslim adalah 10,496 artinya semakin bagus kualitas produk maka

semakin besar keputusan pembelian busana muslim.

b. Variabel Harga ( $x_2$ )

$$\text{Exp } \beta = 1,302 = e^{1,302} = 3,676$$

Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa jika variabel harga naik 1 tingkat maka peluang keputusan pembelian busana muslim adalah 3,676 artinya semakin sesuai harga maka semakin besar keputusan pembelian busana muslim.

### III. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan peneliti menarik kesimpulan diantaranya :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas produk ( $x_1$ ) sebesar 85,5% terhadap keputusan pembelian busana muslim di Butik Naufal Balaraja Kabupaten Tangerang.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga ( $x_2$ ) sebesar 26,4% terhadap keputusan pembelian busana muslim di Butik Naufal Balaraja Kabupaten Tangerang.
3. Analisis logistik biner yang melibatkan 93 orang responden maka diperoleh model regresi logistik biner sebagai berikut

$$\pi(x) = \frac{e^{-39,295+0,855x_1+0,264x_2}}{1 + e^{-39,295+0,855x_1+0,264x_2}}$$

### REFERENSI

- [1] Kotler, P dan G. Amstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, ed. 12, Jakarta: Erlangga.
- [2] Abdurrahman dan Sanusi. 2015. *Manajemen Strategi. Pemasaran*. CV Pustaka Setia. Bandung.
- [3] Alwi, W., Ermawati, E., & Husain, S. (2018). *Analisis Regresi Logistik Biner Untuk Memprediksi Kepuasan Pengunjung Pada Rumah Sakit Umum Daerah Majene*. Jurnal MSA ( Matematika dan Statistika serta Aplikasinya ), 6(1), 23.
- [4] Sugiyono 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta