

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN EKONOMI

Jilid 2

PERAN PENDIDIKAN ETIKA DALAM MEMBANGUN PERADABAN BANGSA

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI



PROSIDING

Seminar Nasional Peran Pendidikan Etika Dalam Membangun Peradaban Bangsa

Penyusun

Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember

Editor Ahli

Sukidin
Bambang Suyadi
Sri Wahyuni
Joko Widodo
Pudjo Suharso
Retna Ngesti Sedyati

Editor Pelaksana

Sri Kantun
Sutrisno Djaja
Titin Kartini
Hety Mustika Ani

Cover Design

Fawaidul Khoir
Alvin Efendi Khoirul Ulum

Layout

Wiwin Hartanto
Mukhamad Zulianto
Novita Nurul Islami

Penerbit

UPT Penerbitan Universitas Jember
Jln. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto
Telp. (0331) 330224 Psw. 0319
Faks. (0331) 339029

Oktober 2016

ISBN: 978-602-74798-9-0

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

Implementasi Pendidikan Semi Militer Berbasis Pesantren Dalam Pembentukan Karakter Siswa Di Smk Perikanan Dan Kelautan Puger Jember

Sangidatus Sholiha 1

Fenomena Pungutan Liar Dan Cara Mengatasinya

Arief Muhammad Ramdhani 6

Peningkatkan Kemampuan Profesional Guru Melalui Pendampingan Penelitian Tindakan Kelas (Ptk) Bagi Kelompok Kerja Guru (Kkg) Sd Gugus 02 Desa Biting Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd..... 12

Implementasi Revolusi Mental Siswa Di Lingkungan Sekolah

Afifatul Hasanah..... 18

Pengaruh Kegiatan Membaca Al-Qur'an Sebelum Kegiatan Pembelajaran Terhadap Pendidikan Etika Guna Meningkatkan Peradaban Bangsa Di Sma Negeri 4 Tuban Kelas Xi-Ips 2 Tahun Pelajaran 2016-2017

Fealintricia Kamalah R, Shinta Bella, Yoliete Rohmadtis 25

Kebiasaan Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Baru Anak Muda Di Jember

Dwi Atika Fitriningtiyas..... 35

Aktualisasi Nilai-Nilai Karakter Dalam Pembelajaran Sejarah Pada Peserta Didik Sma Negeri 1 Jember

Alfianita Imansari..... 41

Pola Hidup Konsumtif Keluarga Berdampak Pada Munculnya Permasalahan Dalam Keluarga

Nanang Dwi Cahyono 47

Pengembangan Pembelajaran Ips Di Era Digital

Happy Khoirunnisa', S.Pd.....	55
Internalisasi Etika Bisnis Melalui Pendidikan (Ekonomi)	
Dr. Hari Wahyono, M.Pd	61
Dampak Sholat Berjamaah Terhadap Pendidikan Etika Siswa Sma Negeri 4 Tuban Kelas Xi Ips 1 Tahun Pelajaran 2016/2017	
Mochamad Wahyu Mauladani, Rihlatil Jannah, Ulfatun Khasanah	74
Strategi Peningkatan Daya Tarik Wisatawan Didesa Kemiren Kabupaten Banyuwangi2016/2017	
Zizca Chofsyah Cotrunnada	86
Upaya Peningkatan Sumber Daya Manusia Bagi Orang Asli Papua Dan Papua Barat Melalui Program Afirmasi Pendidikan Menengah (Adem) Di Smk Negeri 2 Jember Tahun 2016	
Wilujeng Sulistyani	92
Minuman Keras Di Kalangan Remaja	
Nio Agus Saputra	100
Pengaruh Etos Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Di Desa Sumbergondo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi	
Siti Khusnul Khotimah.....	107
Pengelolaan Kredit Modal Usaha Guna Pembiayaan Produksi Mebel	
Miftahul Khoiriyah , Drs. Sutrisno Djaja, M.M.....	113
Strategi Pengembangan Modal Usaha Home Industry Kripik Pisang Ud. Saas Di Desa Purwosono Kabupaten Lumajang Tahun 2016	
Nilu Erpina, Drs. Pudjo Suharso, M.Si.....	120
Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Batik Gajah Oling Di Virdes Batik Collection Banyuwangi	
Rully Novita Dewi , Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd	132
Motivasi Anak Nelayan Di Desa Puger Wetan Jember Yang Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi	

Fitit Tria Indah Laela , M.M , Dra. Retna Ngesti Sedyati, M.P	138
Penerapan Model Pembelajaran <i>Problem Solving</i> Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Dan Hasilbelajar Siswa Kelas Xi Tkj B	
Waqiatul Adawiyah, Drs. Bambang Suyadi, M.Si.....	144
Strategi Pemenuhan Kebutuhan Keluarga Pensiunan Yang Menjadi Nasabah Di Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Btpn) Banyuwangi	
Dian Novia Purwandari , Dra. Sri Wahyuni, M.Si.....	151
Modernisasi Pertanian: Perubahan Sikap Mental Dan Teknologi Petani Di Desa Sembulung Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi	
Evi Septiani , Drs. Joko Widodo, M.M.....	158
Seks Bebas Dikalangan Remaja	
Muhamad Dharmawan, S.Pd.....	165
Revitalisasi Pendidikan Sejarah: Upaya Mengembangkan Karakter Peserta Didik Yang Mencerminkan Kepribadian Bangsa	
Agusningrum.....	177
Pengembangan Pembelajaran Berbasis Multikulturalisme Di Indonesia	
Andy Wahyu Pratama	189
Sekolah Sebagai Habitat Penanaman Habitus Pendidikan Nilai Kajian Atas Pemikiran <i>Pierre Bourdieu</i>	
Antonius Denny Cahyo Sulistiono	200
Axiology Of Culture And Cultural Diversity With Analyze Cases: Indonesian Multicultural Educational	
Awang Cahyo Dahono	213
Implikasi Pendidikan Etika Di Era Generasi Z	
Boiman	219
Etnopedagogi: Membangun Karakter Anak Bangsa	
Dhila Joned.....	227
Ki Hadjar Dewantara Sebagai Tauladan Peradaban Bangsa	

Lyndha Maulina Dwijayanti.....	235
Pendidikan Etika Bisnis Di Sekolah	
Lulus Triyaniningsih	244
Kristalisasi Nilai Pancasila Dalam Membentuk Karakter Peserta Didik	
Meity Priskila	252
Prevention Of Juvenile Delinquency Through Character Education	
Nina Rizqi Amilia	265
Peran Ekstrakurikuler Paskibra (Pasukan Pengibar Bendera) Dalam Menumbuhkan Sikap Nasionalisme Siswa	
Ria Rosita	274
Peningkatan Profesi Guru Melalui Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (Pkb)	
Rizkiyatun Nisa'	282
Disintegrasi Bangsa: Kajian Fenomena Gerakan Sparatisme Di Papua	
Siti Ma'unah.....	289
Peran Kepramukaan Dalam menanamkan Dan Menumbuhkankarakter Bangsa	
Dra.Sulistiyowati.....	299
Membangun Modal Sosial Melalui Pendidikan	
Versia Nabela Azizi.....	307
Pendidikan Mitigasi Bencana Di Dalam Pelestarian Lingkungan	
Vionita Firdausy	318
Pendidikan Ekonomi Untuk Menumbuhkan Etika Dalam Menjaga Lingkungan Sekitar Hutan	
Rindyah Hanafi.....	326
Profil Kemampuan Analisis Siswa Dalam Mengkontruksi Pembuktian Teorema Pythagoras	
Nurul Laily	339
Peran Pendidikan Dalam Mengembangkan Keterampilan Kepemimpinan	

Mukhamad Zulianto	347
Manajemen Konflik Dan Upaya Penyelesaiannya	
Taufan Dwi Susilo.....	353
Pengembangan Pendidikan Berbasis Nilai Etika Untuk Generasi Z	
Novita Nurul Islami.....	361
Perkembangan Kehidupan Sosial Dan Kebudayaan Masyarakat Keturunan Etnis Arab- Madura Di Kampung Arab Besuki Kabupaten Situbondo Tahun 1881-2014	
Alfin Rhizka Firdausya	368
Dampak Keluarga Yang Tidak Ideal Terhadap Prilaku Menyimpang Pada Anak Usia Remaja	
Sulaiman Al Ayubi.....	384
Understanding The Role Of Insurance In Indonesian Economy	
Dr. Sukidin, M.Pd.....	391
Kenakalan Siswa, Penyebab Dan Solusinya	
Rossy Alivia Rozana S	395
Inovasi Media Pembelajaran <i>Mobile Learning</i> (<i>M-Learning</i>) : Implementasi, Efisiensi, Efektivitas, Dan Daya Tarik	
Wiwin Hartanto	404

Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Batik Gajah Oling Di Virdes Batik Collection Banyuwangi

Rully Novita Dewi , Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd

Abstrak

Produk dan harga merupakan unsur dari *marketing mix* yang digunakan sebagai alat untuk menarik konsumen dalam keputusan pembelian. Perusahaan harus lebih aktif dan kreatif serta inovatif untuk merebut pelanggan yang semakin kritis. Produk batik menjadi trend dan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Selain produk, harga dari batik yang di ditawarkan oleh virdes batik collection kepada konsumen beraneka ragam sesuai dengan jenis dan produknya, yang nantinya akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan *marketing mix* yang terdiri dari dua indikator yaitu produk dan harga terhadap keputusan pembelian batik gajah oling di virdes batik collection Banyuwangi. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* di Virdes Batik Collection di Jalan Doktren Baitus Salam Simbar Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode aksidental sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, wawancara, dokumen. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial yaitu dengan analisis garis regresi sederhana, analisis varian garis regresi, uji F dan efektivitas garis regresi/koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan *marketing mix* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 79,6%, sedangkan sisanya yaitu 20,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) .

Kata kunci: *Marketing mix*, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Batik Gajah Oling merupakan batik yang berasal dari kota Blambangan (sebutan kota Banyuwangi). Gajah oling merupakan khas batik Banyuwangi dengan lambang seperti tanda baca tanya”?” yang memang menjadi bentuk dasar batik banyuwangi, jadi didalam kain batik Banyuwangi sebagian besar terdapat gambar gajah oling. Pemaknaan corak Gajah Oling berkaitan dengan karakter masyarakat Banyuwangi yang bersifat religius dengan penyebutan “Gajah Eling” yang memiliki pengertian yaitu, Gajah yang merupakan hewan bertubuh besar, berarti Maha Besar, sedangkan Uling berarti eling (ingat), secara utuh dapat diartikan bahwa batik Gajah Oling mengajak untuk selalu ingat kepada ke-Maha Besaran Sang Pencipta adalah dasar dari perjalanan hidup masyarakat Banyuwangi (Prasetyo, 2007: 5). Batik gajah oling itu sendiri tidak kalah saing kota lain yang memiliki budaya batik. Dengan dibuktikanya karya kota

Banyuwangi ini telah masuk dan melengkapi koleksi batik di Museum Batik Indonesia.

Bahkan untuk pemasaran batik gajah oling sudah tembus manca negara.

Kesenian batik yang ada di daerah Banyuwangi memiliki 20 koleksi motif batik. Motif-motif tersebut antara lain motif *Gajah Oling, Sekar jagad Banyuwangi, Paras Gempal Banyuwangi, Gedegan, Sembruk, Cacing, Kangkung setingkes, Ukel, Blarak Semplah, Mata Pitik, Sulur, Gendoan, Barong, Kembang Titik, Akar-akaran, Semanggian, Kipasan, Galaran, Kopi Pecah, Perkutut, dan Jeron S-San*. Semua motif tersebut terdapat motif utama yaitu gajah oling, yang membedakan hayalah kombinasinya (ornamen dan isen) saja yang berbeda.

Virdes Batik Collection merupakan salah satu sanggar kesenian dan kerajinan batik yang terletak di kota Banyuwangi, tepatnya di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Motif Batik yang di produksi Virdes Batik Collection mengutamakan

karakteristik daerah, sehingga motif batik di Virdes Collection mudah dikenal oleh masyarakat Banyuwangi dan sekitarnya.

Bapak Yadi adalah pemilik sanggar batik Virdes Batik Collection. Selain sebagai pemilik, Bapak Yadi juga berperan sebagai perancang batik yang mengembangkan Motif Batik Gajah Oling dengan paduan motif-motif trend masa kini. Perusahaan harus lebih aktif dan kreatif serta inovatif untuk merebut pelanggan yang semakin kritis. Produk batik menjadi trend dan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Selain produk, harga dari batik yang di ditawarkan oleh Virdes Batik Collection kepada konsumen beraneka ragam sesuai dengan jenis dan produknya, yang nantinya akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Perubahan selera konsumen saat ini memberikan peluang kepada produsen batik untuk meningkatkan omset penjualannya dan juga menciptakan kreativitas untuk selalu menciptakan produk-produk batik yang dapat memenuhi selera konsumen dengan melakukan inovasi-inovasi produknya. Maka dari itu batik yang telah diproduksi Virdes Batik Collection milik Bapak Yadi telah berkembang pesat telah di pasarkan di berbagai daerah di Indonesia. Bahkan untuk pemasarannya Virdes Batik Collection ini merupakan satu-satunya sanggar batik dari Banyuwangi yang pemasarannya hingga luar negeri.

Pada saat ini kesadaran warga masyarakat untuk menggunakan produk buatan lokal membawa dampak positif terhadap perkembangan industri kerajinan batik, khususnya dikota Banyuwangi. Banyuwangi memiliki banyak sanggar batik yang mengembangkan batik gajah oling. Banyaknya persaingan dengan produk sejenis yaitu batik membuat persaingan semakin ketat. Maka dari itu seorang produsen harus memiliki strategi pemasaran untuk menawarkan produknya kepada konsumen. Salah satu strategi tersebut adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat yang

mampu mempengaruhi keputusan pembelian batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi .

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena produk merupakan salah satu unsur dari *marketing mix* (bauran pemasaran) untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk tersebut. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Keputusan mengenai harga tidaklah mudah dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit di jangkau konsumen sedangkan Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2000). Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan mengangkat permasalahan adakah pengaruh yang signifikan dari marketing mix terhadap keputusan pembelian batik gajah oling di virdes collection Banyuwangi?

METODE PENELITIAN

Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu di Virdes Batik Collection di Jalan Doktren Baitus Salam Simbar Desa Tampo Kecamatan Cluring

Kabupaten Banyuwangi. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode aksidental yaitu sebanyak 50 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: 1) metode angket tertutup digunakan untuk memperoleh data primer berupa seberapa besar pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian batik gajah oling di virdes collection banyuwangi. 2) Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut tentang informasi berdirinya sanggar batik virdes collection Banyuwangi. 3) Metode dokumen digunakan untuk memperoleh beberapa gambar dan maca,-macam motif batik yang telah diproduksi virdes collection Banyuwangi.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan editing, skoring, dan tabulasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial yaitu dengan menggunakan analisis garis regresi sederhana dan analisis varian garis regresi yaitu untuk mengetahui

kuat tidaknya atau tingkat keeratan variabel *marketing mix* yang meliputi produk (*product*) dan harga (*price*) (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sedangkan uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan *marketing mix* (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara simultan. Kemudian koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui berapa besar persentase (%) pengaruh *marketing mix* (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis varian garis regresi di diketahui koefisien determinasi R_{Square} sebesar 0,796, besarnya R_{Square} tersebut sama dengan proporsi sumbangan variabel X terhadap Y sebesar 79,6%. Sedangkan variabel lainnya yang tidak diteliti (*ei*) sebesar 20,4%. Hubungan antara etos kerja terhadap pendapatan dapat diketahui dari *Multiple R* sebesar 0,892^a dengan kategori hubungan yang sangat kuat.

Tabel 1. Ringkasan Uji F

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	A	Sig. F
X terhadap Y	187,550	4.043	0,05	0,000 ^a

Sumber : Data Primer diolah 2014

Tabel di atas diketahui bahwa besarnya $F_{\text{hitung}} = 187,550 > F_{\text{tabel}} = 4,043$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < a = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel marketing mix memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ko Batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu 'ada pengaruh yang signifikan marketing mix terhadap keputusan pembelian Batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi'.

PEMBAHASAN

Marketing Mix merupakan salah satu hal yang utama yang harus diperhatikan oleh para penjual produk agar dapat menarik minat

konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan banyak dari konsumen yang memutuskan untuk membeli suatu produk dikarenakan adanya *marketing mix* (bauran pemasaran) yang baik. Begitu halnya pada Virdes Collection Banyuwangi, dimana pada gerai batik tersebut juga menerapkan *marketing mix* (bauran pemasaran) guna menarik konsumen untuk membeli produk batik pada Virdes Collection Banyuwangi tersebut. *Marketing Mix* (bauran pemasaran) yang dilakukan di Virdes Collection Banyuwangi meliputi produk dan harga.

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang dilakukan diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan *marketing mix* produk batik terhadap keputusan pembelian

konsumen Batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji $F_{hitung} = 187,550 > F_{tabel} = 4,043$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Sedangkan untuk proporsi pengaruh antara marketing mix produk batik terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi sebesar 79,6%. sedangkan sisanya yaitu 20,4% dipengaruhi variabel bebas lainnya yaitu tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Produsen dalam memasarkan produknya seperti pada Virdes Collection Banyuwangi, sangat memperhatikan produk (dari ragam motif dan juga jenis batik) dan harga yang sesuai dari produk yang dijual tersebut. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan produk yaitu berupa batik yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Produk batik produksi Virdes Collection ini terdapat dua jenis batik yaitu batik tulis dan batik cap. Selain dilihat dari jenisnya, batik produksi Virdes Collection ini memiliki berbagai macam motif yang ditawarkan kepada konsumen. Produk batik di Virdes Collection terdapat 34 motif yang telah dihasilkan dan di pasarkan oleh Virdes Collection yaitu Gajah Oling, paras Gempal, kawung, kopi pecah, kawung kopi pecah, ulo-uloan, semanggian, tampanan, nanasan, kacang, kipasan, gedekan, galaran, sembruk cacing, manukan, latar putih, kangkung setingkes, moto kebo, mas pun, totoghan, sekar jagad, sosian, ombak alun, blaekakan, moto pitek, kawulan, sisik, ukal, sisik ripah, alas kobong, beras kutah, grinseng, namun produk paling diminati oleh konsumen ada 4 macam motif yaitu kangkung setingkes, Gajah oling, paras gempal dan sekar jagad.

Sedangkan harga yang dimaksud di dalam penelitian ini yaitu, keterjangkauan harga yang sesuai dengan produk batik yang ditawarkan oleh Virdes Batik Collection kepada konsumen. Selain itu mungkin dengan adanya diskon atau potongan harga yang

diberikan Virdes Collection dalam pembelian lebih dari satu, ataupun potongan harga yang diberikan di hari-hari tertentu dapat menarik minat konsumen sebanyak-banyaknya.

Produk dan harga tersebut merupakan *marketing mix* yang ada di Virdes Collection Banyuwangi. Dimana *marketing mix* tersebut sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pembeli di Virdes Collection Banyuwangi yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“..... motif batik gajah oling di Virdes Collection Banyuwangi memiliki inovasi motif baru, beraneka ragam, dan tidak menghilangkan motif lama. Selain itu, harga batik yang ditawarkan oleh Virdes Collection sudah beragam sesuai dengan jenis. Oleh karena itulah saya memutuskan untuk membeli batik di Virdes Collection dari pada tempat lain karena motifnya yang beragam dan harga yang sesuai dengan jenis batiknya” (NR, 32th).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa adanya produk yang beragam serta harga yang sesuai dengan jenis produk batik di Virdes Collection Banyuwangi dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian hal ini sesuai dengan pendapat (Made dkk, 2011) bahwa corak batik menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli batik atau tidak, karena dalam memilih batik corak batik nantinya bisa mempengaruhi penampilan seseorang.

Adanya produk yang beragam serta harga yang sesuai dengan jenis produk batik dapat meningkatkan jumlah pembeli, sehingga konsumen akan lebih cepat dalam memutuskan untuk melakukan pembelian di Virdes Collection Banyuwangi tersebut. Oleh karena itulah produsen seperti pada di Virdes Collection Banyuwangi sangat memperhatikan *marketing mix* guna meningkatkan jumlah

konsumen. Menurut Ghofar (2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa, tahapan-tahapan seperti dari mulai produk, harga, promosi dan saluran distribusi sangat berpengaruh dan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk batik. Hal tersebut membuktikan bahwa *marketing mix* sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler (2009:153), yang menyatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan unsur-unsur yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Produk yang diberikan oleh pihak Virdes Collection Banyuwangi dapat dilihat dari motif batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi memiliki inovasi motif baru, beraneka ragam, dan tidak menghilangkan motif lama. Harga yang ditawarkan Virdes Collection Banyuwangi ini sesuai dengan produk batiknya, karena harga batik yang ditawarkan oleh Virdes Collection sudah beragam sesuai dengan jenis dan motifnya. Untuk batik cap ditawarkan dengan harga Rp 85.000,-sampai dengan Rp 275.000,- perpotong yang berukuran 2,25 m. Sedangkan batik tulis ditawarkan mulai harga Rp 350.000,- hingga Rp 1.500.000,- perpotong yang berukuran 2,25 m.

Selain itu, pada Virdes Collection sering memberikan potongan harga kepada konsumen, karena setiap pembelian jumlah banyak maupun hari-hari tertentu, virdes Collection selalu memberikan potongan harga. Untuk potongan harga Virdes Collection memberikan potongan Rp 10.000,- per potong untuk pembelian jumlahnya diatas 5 potong yang setiap potongnya berukuran 2.25 m. Beberapa hal yang ada di Virdes Collection Banyuwangi tersebut termasuk dalam *marketing mix* yang sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada Virdes Collection Banyuwangi tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Retnowati (2011:47) yang menjelaskan bahwa

konsumen dalam melakukan pembelian produk batik dipengaruhi oleh atribut yang dimiliki oleh produk batik tersebut, atribut produk batik meliputi harga batik, kualitas batik, serta motif batik.

Berdasarkan penjelasan diatas, diduga ada pengaruh yang signifikan dari *marketing mix* (bauran pemasaran) terhadap keputusan pembelian konsumen batik gajah oling di Virdes Batik Collection di Banyuwangi. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, hal ini dikarenakan konsumen yang melakukan pembelian pada suatu produk sangat memperhatikan *marketing mix* pada perusahaan produk tersebut. Dimana *marketing mix* dalam penelitian ini meliputi produk dan harga, sehingga konsumen yang melakukan pembelian batik gajah oling di Virdes Batik Collection di Banyuwangi sangat memperhatikan produk dan harga batik tersebut. Hal ini sesuai dengan teori bahwa desain produk merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen (Kotler, 2005:332). Selanjutnya konsumen yang selalu melakukan pertimbangan mengenai produk, harga, promosi dan distribusi sebelum melakukan keputusan pembelian (Zulfikar:2011). Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu seperti produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen atau keputusan pembelian batik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian Batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan *marketing mix* (produk dan harga) batik terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Gajah Oling di Virdes Collection Banyuwangi yaitu sebesar 79,6%. sedangkan sisanya yaitu 20,4% dipengaruhi variabel bebas

lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu promosi dan tempat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diberikan saran kepada Pihak Virdes Collection Banyuwangi, hendaknya meningkatkan inovasi produk batiknya dan lebih menyesuaikan harga batik dengan masing-masing jenis batik yang di produksi. Selain itu, Virdes Collection Banyuwangi hendaknya melakukan berbagai promosi guna meningkatkan jumlah pelanggan serta membuka cabang di beberapa daerah agar memudahkan konsumen untuk membeli kain batik di Virdes Collection Banyuwangi.

DAFTAR BACAAN

Referensi Buku:

- Ferdinand,A. 2000. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Made, L. 2010. *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan*. Tidak diterbitkan
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, PT. Jakarta: Indeks
- Kotler, P dan Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Prasetyo, Azhar. 2007. *Batik Banyuwangi*. Banyuwangi: Dewan Kesenian Blambangan.
- Retnowati. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Batik Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Batik*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIKAL Pekalongan.
- Zulfikar, M. 2011. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oase Batik Pekalongan)*