

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Claudia Ipara Riswardini, Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta. Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi angket kuisisioner yang nantinya berguna untuk membantu proses pengumpulan dan pengolahan data skripsi saya, dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DOMAS DI KOTA SURAKARTA”**. Atas waktu, kesediaan, dan kerjasamanya dalam mengisi angket kuesioner saya ucapkan terimakasih.

1. Identitas Responden:

Beri tanda check (√) pada pertanyaan dibawah ini:

A. Jenis Kelamin

- ☐ Pria
- ☐ Wanita

B. Usia

- ☐ <17 tahun
- ☐ 17-25 tahun
- ☐ 26-35 tahun
- ☐ 36-45 tahun
- ☐ 46-57 tahun
- ☐ >57 tahun

C. Pekerjaan

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ PNS
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Wiraswasta
- ☐ Guru/Dosen
- ☐ Lainnya

D. Sumber Informasi Produk Batik Domas:

- ☐ Media sosial
 - a. Instagram,
 - b. Tiktok,
 - c. *Facebook*,
 - d. *WhatsApp Channel*
- ☐ Referensi keluarga/teman

- Platform E-Commerce (Shopee, Tokopedia/Tiktok dll)
- Iklan (Ads/advertising online, Radio dll)

E. Frekuensi membeli:

- Pertama kali membeli
- 2 kali
- Lebih dari 3 kali

2. Petunjuk Pengisian

- a. Pada lembar kuesioner ini terdapat beberapa pertanyaan yang harus Bapak/Ibu/Saudara jawab sesuai dengan pengalaman yang dihadapi.
- b. Dalam menjawab pertanyaan ini usahakan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- c. Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.
- d. Ada 5 (lima) pilihan jawaban

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju(SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kualitas Produk: Triska et al., (2023)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	(Kinerja) Produk Batik Domas memiliki kualitas jahitan yang rapi dan detail yang bagus					
2	(Daya Tahan) Produk Batik Domas tidak mudah robek dan warnanya tidak mudah luntur					
3	(Kesesuaian) Produk Batik domas sesuai dengan selera/keinginan saya					
4	(Keragaman Produk) Produk Batik domas memiliki variasi produk yang menarik dan sesuai dengan selera saya					
5	(Kehandalan) Batik Domas memiliki proses return produk yang mudah ketika produk yang diterima rusak					
6	(Estetika) Batik Domas memiliki penampilan yang menarik (motif dan warna)					

Desain Produk: Hasanah et al., (2024)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	(Variasi Desain) Desain Batik Domas memiliki banyak variasi pilihan warna dan pola yang menarik					
2	Batik Domas menawarkan berbagai pilihan model batik yang cocok untuk semua kalangan usia					
3	(Model Terbaru) Batik Domas selalu menyediakan model batik terbaru yang menarik					
4	(Desain Mengikuti Trend) Desain yang ditawarkan oleh toko Batik Domas selalu mengikuti trend mode yang sedang berkembang					

Social Media Marketing: Monia (2022)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Content Creation Konten media sosial Batik Domas memberikan informasi yang berguna bagi saya					
2	Content Sharing Saya sering melihat konten Batik Domas di media sosial					
3	Connecting Media sosial Batik Domas memungkinkan saya untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat serupa					
4	Community Building Komunitas sosial Batik Domas meningkatkan jangkauan secara online					

Persepsi Harga: Kotler dan Armstrong dalam Haque (2020)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	(Keterjangkauan Harga) Harga yang ditawarkan Batik Domas terjangkau					
2	(Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk) Harga yang ditawarkan Batik Domas sesuai dengan kualitas produk					
3	(Kesesuaian Harga Dengan Manfaat) Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk					
4	(Daya Saing Harga) Batik Domas memiliki harga yang kompetitif dibandingkan toko batik lainnya					

Keputusan Pembelian: Nugraha et al., (2021)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	(Pilihan Produk) Saya memutuskan untuk membeli produk di toko Batik Domas karena memiliki variasi produk yang beragam					
2	Saya memutuskan untuk membeli kembali produk di toko Batik Domas karena variasi produknya beragam dan menarik.					
3	(Pilihan Penyalur) Saya memilih penyalur berdasarkan ketersediaan barang yang lengkap					
4	(Waktu Pembelian) Saya dapat menentukan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan saya					
5	(Jumlah Pembelian) Jumlah produk yang saya beli di toko Batik Domas dipengaruhi oleh harga, desain dan kualitas produk.					
6	Saya akan membeli lebih banyak produk di toko Batik Domas jika saya merasa puas dengan produknya					
7	(Metode Pembayaran) Batik Domas menyediakan metode pembayaran yang variatif dan mudah					

LAMPIRAN II
TABULASI DATA PENELITIAN

Responden	Kualitas Produk						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	4	4	4	4	26
2	4	5	4	4	4	4	25
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	4	25
5	5	4	5	5	5	4	28
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	5	5	4	26
8	5	4	5	4	5	4	27
9	4	4	4	4	5	5	26
10	4	4	4	5	4	5	26
11	5	5	5	5	4	5	29
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	4	29
18	5	4	4	5	5	5	28
19	5	4	5	4	5	4	27
20	5	4	4	5	4	5	27
21	4	4	4	5	4	4	25
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	5	4	5	5	27
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	4	4	4	5	4	26
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	4	4	4	5	27
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	5	4	5	4	5	27
30	4	5	4	4	5	4	26
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	4	5	4	5	28
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30

37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	4	5	5	5	29
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	5	4	5	26
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	5	4	4	4	5	26
50	4	5	4	4	5	4	26
51	5	4	4	5	4	4	26
52	4	4	5	4	4	5	26
53	4	4	4	5	4	5	26
54	5	5	5	4	4	4	27
55	5	4	4	5	4	4	26
56	4	4	5	5	4	5	27
57	5	4	4	5	4	4	26
58	4	5	4	4	5	4	26
59	5	4	4	4	3	4	24
60	5	5	4	5	4	5	28
61	5	4	4	5	5	4	27
62	5	4	4	5	5	4	27
63	5	4	5	4	4	5	27
64	5	4	4	5	4	4	26
65	4	3	4	4	3	4	22
66	5	4	4	5	3	5	26
67	5	4	4	5	4	5	27
68	4	4	3	3	5	5	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	4	5	4	5	4	27
71	5	4	4	5	4	4	26
72	4	4	3	3	3	4	21
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	4	5	4	4	4	26
75	5	4	5	5	4	4	27
76	4	4	4	3	4	4	23
77	5	4	4	5	4	4	26
78	4	4	5	3	3	4	23

79	4	4	3	3	4	4	22
80	4	4	4	4	5	4	25
81	3	3	3	3	3	3	18
82	4	4	5	5	3	5	26
83	5	4	4	4	5	5	27
84	4	4	4	4	5	5	26
85	5	5	5	5	5	4	29
86	4	5	3	4	3	4	23
87	4	4	4	4	3	3	22
88	4	4	4	4	2	4	22
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	4	4	5	5	28
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	4	4	28
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	4	5	5	29
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	3	4	4	4	23
100	4	4	4	4	4	4	24

Responden	Desain Produk				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	4	5	4	4	17
2	4	5	4	4	17
3	4	5	5	5	19
4	4	4	5	4	17
5	5	4	5	5	19
6	5	4	5	4	18
7	4	4	4	4	16
8	5	4	5	4	18
9	4	5	4	4	17
10	5	4	5	4	18
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	4	19
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	5	4	5	18
18	4	4	5	4	17
19	5	5	5	5	20
20	4	5	5	4	18
21	4	5	4	4	17
22	5	5	4	4	18
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	4	18
26	5	5	5	5	20
27	5	4	5	4	18
28	4	4	4	4	16
29	5	4	5	4	18
30	5	4	5	4	18
31	5	5	5	5	20
32	4	4	4	5	17
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	5	4	5	4	18
36	4	5	5	5	19
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	5	4	5	5	19

41	5	4	5	5	19
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	5	4	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	5	4	4	4	17
50	4	4	5	4	17
51	5	4	4	5	18
52	4	4	4	5	17
53	4	4	5	5	18
54	5	4	4	4	17
55	4	5	5	4	18
56	5	5	4	4	18
57	4	5	4	5	18
58	4	5	4	4	17
59	4	5	4	4	17
60	5	4	4	4	17
61	5	5	4	4	18
62	5	4	4	5	18
63	4	5	5	5	19
64	5	5	4	4	18
65	5	4	5	4	18
66	4	4	5	4	17
67	4	5	4	5	18
68	5	4	4	3	16
69	4	4	4	4	16
70	3	3	3	4	13
71	5	4	4	4	17
72	4	4	3	3	14
73	4	3	4	3	14
74	4	5	4	4	17
75	5	4	4	4	17
76	4	4	4	4	16
77	5	5	5	5	20
78	4	5	3	3	15
79	4	3	4	4	15
80	4	5	4	4	17
81	3	3	3	3	12
82	5	4	4	4	17

83	5	4	4	4	17
84	5	4	4	4	17
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	3	4	4	15
88	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	20
91	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20
93	5	5	5	5	20
94	5	5	4	5	19
95	5	4	5	5	19
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	5	5	4	5	19
100	4	4	4	4	16



Responden	Social Media Marketing				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3
1	5	4	3	4	16
2	4	4	4	4	16
3	4	4	5	5	18
4	5	4	4	4	17
5	5	5	5	5	20
6	5	5	4	4	18
7	5	4	4	4	17
8	5	4	5	5	19
9	4	4	4	4	16
10	4	4	5	4	17
11	4	4	5	5	18
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	4	4	18
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	5	4	5	19
18	5	4	4	4	17
19	4	5	5	4	18
20	4	4	5	5	18
21	4	5	4	4	17
22	4	4	4	4	16
23	5	5	4	4	18
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	4	18
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	4	17
30	4	4	4	5	17
31	5	5	5	5	20
32	4	4	5	5	18
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	4	3	5	4	16
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	5	5	4	5	19

41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	5	4	4	4	17
50	4	5	4	4	17
51	4	4	3	4	15
52	5	4	3	5	17
53	5	4	4	4	17
54	5	5	4	4	18
55	4	4	4	5	17
56	4	4	4	4	16
57	4	5	4	5	18
58	4	4	3	3	14
59	4	4	3	4	15
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	4	4	4	17
64	5	4	3	3	15
65	4	4	3	3	14
66	5	4	4	4	17
67	4	3	4	3	14
68	3	4	5	5	17
69	4	4	4	4	16
70	4	4	5	4	17
71	4	4	3	4	15
72	4	3	4	4	15
73	4	4	4	5	17
74	4	5	4	5	18
75	4	4	3	3	14
76	4	3	4	4	15
77	4	4	4	4	16
78	4	5	5	3	17
79	5	4	3	4	16
80	3	3	4	4	14
81	3	3	3	3	12
82	4	4	4	5	17

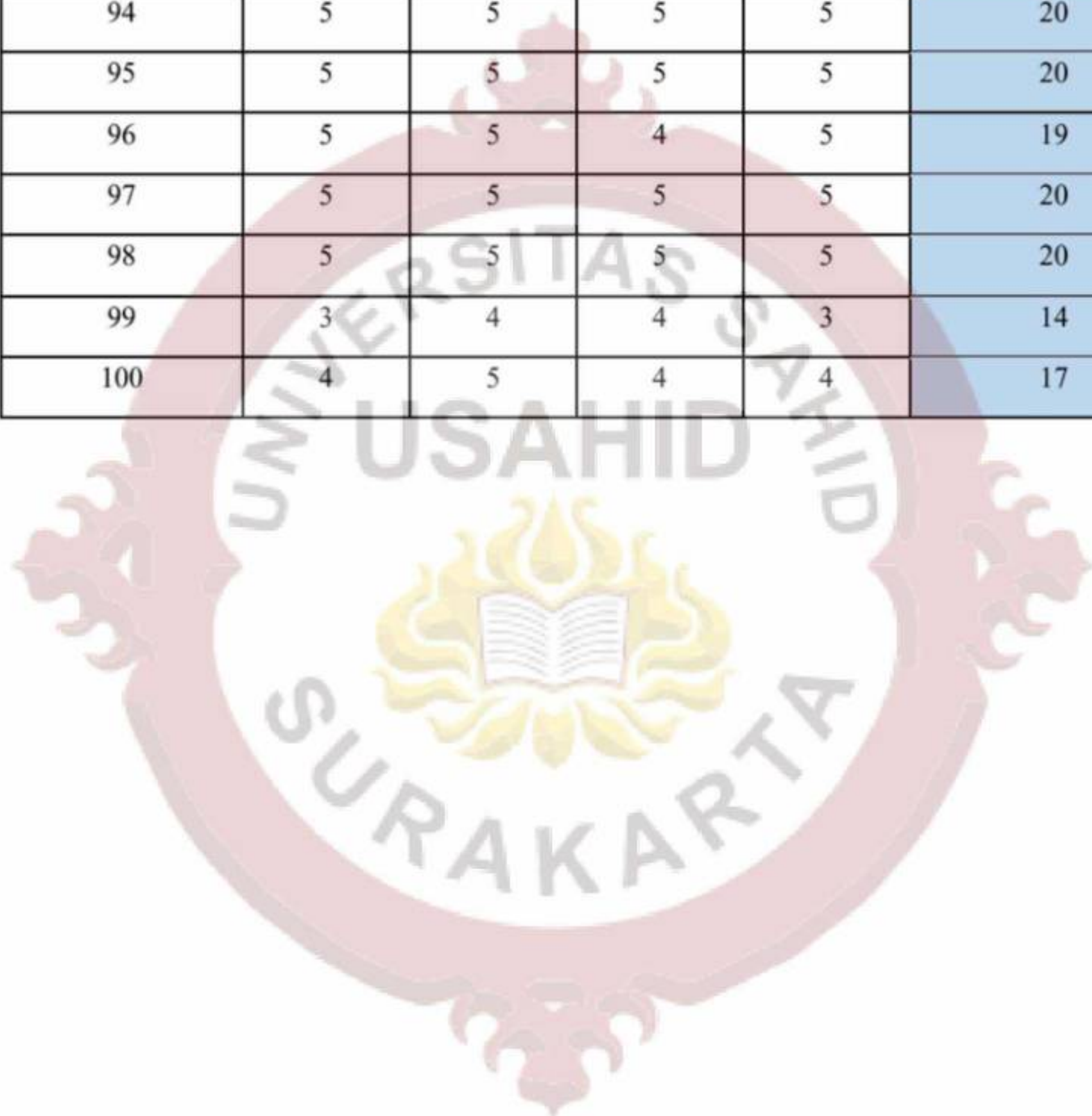
83	5	3	5	5	18
84	5	4	4	3	16
85	5	4	4	5	18
86	4	3	4	5	16
87	3	3	3	4	13
88	4	3	3	3	13
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	20
91	5	5	4	4	18
92	5	5	4	4	18
93	5	5	5	4	19
94	5	5	5	4	19
95	5	4	5	5	19
96	5	4	4	4	17
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	4	19
99	4	4	4	4	16
100	5	4	4	4	17

Responden	Persepsi Harga				
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total X4
1	5	4	4	4	17
2	4	4	5	4	17
3	5	5	4	4	18
4	5	4	4	4	17
5	5	5	4	4	18
6	5	5	5	5	20
7	4	4	5	5	18
8	5	4	5	5	19
9	5	5	4	4	18
10	5	4	5	5	19
11	5	5	5	4	19
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	4	4	18
15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	4	16
17	5	5	4	5	19
18	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20
20	4	5	5	5	19
21	5	4	4	5	18
22	5	4	4	5	18
23	5	4	4	4	17
24	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	16
26	5	5	5	5	20
27	4	4	5	4	17
28	4	4	4	4	16

29	4	4	4	5	17
30	4	5	4	4	17
31	5	5	5	5	20
32	5	4	4	4	17
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	5	5	4	4	18
50	5	5	4	5	19
51	5	5	4	4	18
52	5	5	4	5	19
53	5	4	4	5	18
54	5	4	4	5	18
55	5	4	4	5	18
56	4	5	4	4	17
57	5	4	5	4	18
58	4	4	3	4	15

59	5	4	4	5	18
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	4	4	18
64	5	4	4	4	17
65	5	4	4	5	18
66	4	4	5	4	17
67	5	5	4	4	18
68	4	5	4	3	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	5	17
71	5	5	4	4	18
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	5	17
74	4	5	4	4	17
75	4	5	5	4	18
76	3	4	4	4	15
77	5	5	4	4	18
78	4	4	5	3	16
79	5	4	3	4	16
80	4	4	4	4	16
81	3	3	3	3	12
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	4	19
85	5	4	4	5	18
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	4	4	3	3	14

89	4	5	5	5	19
90	5	5	5	5	20
91	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	5	20
95	5	5	5	5	20
96	5	5	4	5	19
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	3	4	4	3	14
100	4	5	4	4	17



Responden	Keputusan Pembelian							Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	4	4	4	5	5	5	5	32
2	4	4	5	4	4	4	4	29
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	4	34
6	5	4	4	4	4	4	4	29
7	4	2	4	4	4	4	4	26
8	5	2	4	5	5	5	5	31
9	4	4	4	4	4	5	4	29
10	4	2	4	4	4	4	4	26
11	4	2	4	4	4	4	4	26
12	5	1	5	5	5	5	5	31
13	5	1	5	5	5	5	5	31
14	5	5	4	4	5	5	4	32
15	5	2	5	5	5	5	5	32
16	5	1	3	4	5	5	4	27
17	4	2	5	5	4	5	4	29
18	4	1	4	4	4	4	4	25
19	5	1	5	4	4	4	4	27
20	5	1	5	4	5	4	5	29
21	4	2	4	4	4	5	5	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	5	2	5	4	4	4	4	28
24	4	1	5	5	5	5	4	29
25	5	2	4	5	4	5	4	29
26	5	2	5	5	5	5	5	32
27	5	2	4	4	4	4	4	27
28	4	2	4	4	4	4	4	26
29	4	2	5	4	4	5	4	28
30	4	2	4	4	5	4	4	27
31	5	1	5	5	5	5	5	31
32	4	2	4	4	5	4	5	28
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	2	4	4	4	4	4	26
35	5	4	5	4	5	4	5	32
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	5	2	5	5	5	5	5	32
38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	5	5	5	5	5	4	34

41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	5	5	5	5	4	5	5	34
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	4	2	4	5	4	5	4	28
50	5	2	4	4	4	4	5	28
51	4	1	4	4	4	4	5	26
52	5	2	5	4	4	4	5	29
53	5	2	4	4	4	4	5	28
54	5	1	4	5	4	4	5	28
55	4	2	4	5	4	4	5	28
56	4	2	4	4	4	4	4	26
57	4	2	4	5	4	4	5	28
58	5	1	4	4	3	5	5	27
59	4	2	4	4	5	4	5	28
60	5	1	4	4	4	4	4	26
61	5	1	4	5	4	5	4	28
62	5	1	5	5	5	5	5	31
63	5	1	5	4	4	4	4	27
64	5	1	4	3	3	5	4	25
65	5	2	3	4	4	4	5	27
66	4	3	4	5	4	5	4	29
67	5	1	4	5	5	4	4	28
68	5	4	5	4	4	4	5	31
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	4	4	4	5	4	4	5	30
71	5	2	4	4	4	4	4	27
72	3	3	4	4	4	4	3	25
73	4	2	3	4	4	4	4	25
74	4	2	4	5	4	4	5	28
75	4	3	4	5	4	2	4	26
76	3	2	3	4	4	4	4	24
77	5	5	4	4	4	4	4	30
78	4	2	3	4	5	5	4	27
79	4	4	3	3	4	3	3	24
80	4	2	5	5	5	5	4	30
81	3	3	3	3	3	3	3	21
82	4	2	4	4	4	4	4	26

83	5	1	4	4	4	5	5	28
84	4	1	4	4	4	4	4	25
85	4	1	4	4	5	4	5	27
86	3	1	3	3	4	4	4	22
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	3	3	4	4	4	4	3	25
89	5	5	5	5	5	5	5	35
90	5	5	5	5	5	5	5	35
91	5	3	5	5	5	5	5	33
92	5	2	5	5	5	5	5	32
93	5	3	5	5	5	5	5	33
94	5	2	5	5	5	5	5	32
95	5	2	5	5	5	5	5	32
96	5	3	5	5	4	4	5	31
97	5	3	5	5	5	4	5	32
98	5	3	5	4	5	5	5	32
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	2	4	4	4	4	4	26



LAMPIRAN III

HASIL PENGUJIAN

Hasil Uji Validitas

1. Variabel Kualitas Produk (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.476**	.576**	.613**	.470**	.402**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.476**	1	.479**	.413**	.495**	.501**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.576**	.479**	1	.507**	.476**	.448**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.613**	.413**	.507**	1	.367**	.488**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.470**	.495**	.476**	.367**	1	.441**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.402**	.501**	.448**	.488**	.441**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.775**	.738**	.775**	.751**	.743**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Variabel Desain Produk (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.311**	.530**	.410**	.719**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.311**	1	.364**	.524**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.530**	.364**	1	.588**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.410**	.524**	.588**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.719**	.724**	.806**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Variabel *Social Media Marketing* (X₃)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.566**	.344**	.328**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.566**	1	.470**	.417**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.344**	.470**	1	.602**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.328**	.417**	.602**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.707**	.796**	.801**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

Y.3	Pearson Correlation	.591**	.239*	1	.614**	.543**	.507**	.519**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.461**	.187	.614**	1	.602**	.556**	.563**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.063	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.448**	.199*	.543**	.602**	1	.542**	.520**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.047	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.488**	.113	.507**	.556**	.542**	1	.448**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.264	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.598**	.041	.519**	.563**	.520**	.448**	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.687	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.680**	.572**	.776**	.751**	.728**	.678**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

1. Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.841	.845	6

2. Desain Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.769	.769	4

3. Social Media Marketing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.770	.769	4

4. Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.797	4

5. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.742	.837	7

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13090611
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.044
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.219	4.563
	Desain Produk	.358	2.790
	Social Media Marketing	.321	3.119
	Persepsi Harga	.316	3.161

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.195	1.484		.131	.896
	Kualitas Produk	.018	.108	.036	.167	.868
	Desain Produk	.038	.126	.050	.299	.766
	Social Media Marketing	.138	.120	.206	1.154	.251
	Persepsi Harga	-.117	.135	-.156	-.868	.387

a. Dependent Variable: ABS_RES

REGRESI LINEAR BERGANDA

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.539	2.434		.632	.529
	Kualitas Produk	.060	.178	.047	.337	.737
	Desain Produk	.665	.207	.349	3.207	.002
	Social Media Marketing	.649	.196	.380	3.303	.001
	Persepsi Harga	.153	.221	.080	.691	.491

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

HASIL UJI F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	665.825	4	166.456	35.177	.000 ^b
	Residual	449.535	95	4.732		
	Total	1115.360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Desain Produk, Social Media Marketing, Kualitas Produk

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.580	2.175

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Desain Produk, Social Media Marketing, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



BATIK DOMAS

OFFICE : Jl. Cakra No.6, Kauman, Kec. Ps. Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57112

SURAT KETERANGAN

yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Claudia Ipura Riswardini
NIM : 2021081019
Program Studi : Administrasi Bisnis, Universitas Sahid Surakarta

Benar-benar telah melakukan penelitian di Batik Domas, pada 14 juni s/d 15 juli 2025 dengan judul:

"Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, *Social Media Marketing* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Domas di Kota Surakarta."

Demikian surat ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 24 Juli 2025

Pemilik Batik Domas



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR



FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI

UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia

Telp. + - (0)271-743493, 743494, Fax. + 62 - (0)271-742047

NAMA : Claudia Ipura Riswardini

NIM : 2021081019

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS

JUDUL LAPORAN PKL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DOMAS DI KOTA SURAKARTA.



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB / HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	19 Februari 2025	Dr. Rusnandari Peltu C		Acc Judul	Rus [Signature]
2.	19 Maret 2025	Dr. Rusnandari Peltu C	1-11	Revisi	Rus [Signature]
3	Senin, 19 Mei 2025	Dr. Rusnandari Peltu C,	1-11	1. typo 2. Penulisan + kutipan 3. Rumus Weberner	Rus [Signature]
4	Rabu, 21 Mei 2025	Dr. Rusnandari Peltu C	1-11	1. Daftar pustaka 2. typo 3. Hipotesis 4. Rumus Weberner	Rus [Signature]
5	Rabu 11/2025	Dr. Rusnandari Peltu C	1-11	1. Kuesioner tambahkan pertanyaan 2. typo 3. Daftar pustaka	Rus [Signature]

2. typo
3. Daftar pustaka



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB / HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
5	Senin 2 Juli 2023	Dr. Rusnandari Keho, MSi	1-11	Populasi, sampling kuesioner	Rusnandari
7	Jumat 13 Juli 2023	Dr. Rusnandari Keho	1-14	U/ ambil data	Rusnandari
8	Rabu 02 Juli 2023	Dr. Rusnandari Keho	1-11	ACC pemeran Pnp. 11	Rusnandari
9	Jelasa 13 Juli 2023	Dr. Rusnandari Keho	1-11	Revisi	Rusnandari
10	7/10 - 2023	Dr. Rusnandari Keho	1-V	Revisi	Rusnandari

11. 11/10 - 2023 Dr. Rusnandari Keho 1-V Revisi

12. 18/11. 2023 Dr. Rusnandari Keho 1-V Revisi
ACC Ujian

Rusnandari
Rusnandari

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR



FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI

UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia

Telp. + - (0)271-743493, 743494, Fax. + 62 - (0)271-742047

NAMA : Claudia Ipura Riswardini

NIM : 2021081019

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS

JUDUL LAPORAN PKL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DOMAS DI KOTA SURAKARTA.



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB / HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Selasa, 25/3 ²⁵	Arya Budi Sutopo, S.AB, M.A	I - II	Latar belakang, Rumusan Masalah	Arya
				tanda Bata	
2.	Jum'at 11/4 ²⁵	Arya Budi Sutopo, S.AB., MA	I - III	Rata Kanan Kiri, format. Penulisan, Indikator	Arya
3.	Selasa, 27/5 ²⁵	Arya Budi Sutopo, S.AB., MA	I - III	Typo, Format penulisan, Spasi, Margin, Hipotesis, Daftar Pustaka	Arya
4.	Rabu, 3/6 ²⁵	Arya Budi Sutopo, S.AB, MA	I - III	Kuesioner, Cek Akhir	Arya
5.	Sabtu, 18/10 ²⁵	Arya Budi Sutopo, S.AB, M.A	I - IV	Typo. perbaiki penomoran.	
				Rapikan tabel, tambahkan Saran	Arya
6.	Selasa, 28/10 ²⁵	Arya Budi Sutopo, S.AB, M.A	I - V	- perbaiki nilai t-tes	Arya
				- Tambahkan pembahasan tiap Variabel Uji t, alasan tidak berpengaruh.	Arya
				- perbaiki format penulisan	



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB / HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
7.	19 / 11 / 2025	Arya Budi Sutopo .S.AB.M	I-V	ACC Ujian	<i>Arya</i>