

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

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

Claudia Ipara Riswardini
NIM. 2021081019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

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

Disusun Oleh:

Claudia Ipara Riswardini

NIM. 2021081019

Skripsi ini telah disetujui untuk disusun dan ditindaklanjuti

Pada tanggal 12 Februari 2026

Pembimbing I



Dr. Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si

NIDN. 0601058202

Pembimbing II



Arya Budi Sutopo, S.AB., M.A

NUPTK. 2845770671130362

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Universitas Sahid Surakarta



Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB

NIDN. 0615079101

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

Claudia Ipara Riswardini
2021081019

(Rus Ju)

(Kun)

(A)

Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB
NIDN. 0615079101

SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH

Saya Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Claudia Ipara Riswardini

NIM : 2021081019

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi:

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

adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang telah berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya akan menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, Februari 2026

Yang menyatakan



Claudia Ipara Riswardini

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Claudia Ipara Riswardini
NIM : 2021081019
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Sosial Humaniora dan Seni
Jenis : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti non-eksklusif (*non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

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

Beserta Instrumen/desain/perangkat (jika ada). Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan yang menyalin atau meniru tulisan/karya ilmiah orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, Februari 2026

Yang Menyatakan




Claudia Ipara Riswardini

MOTTO

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

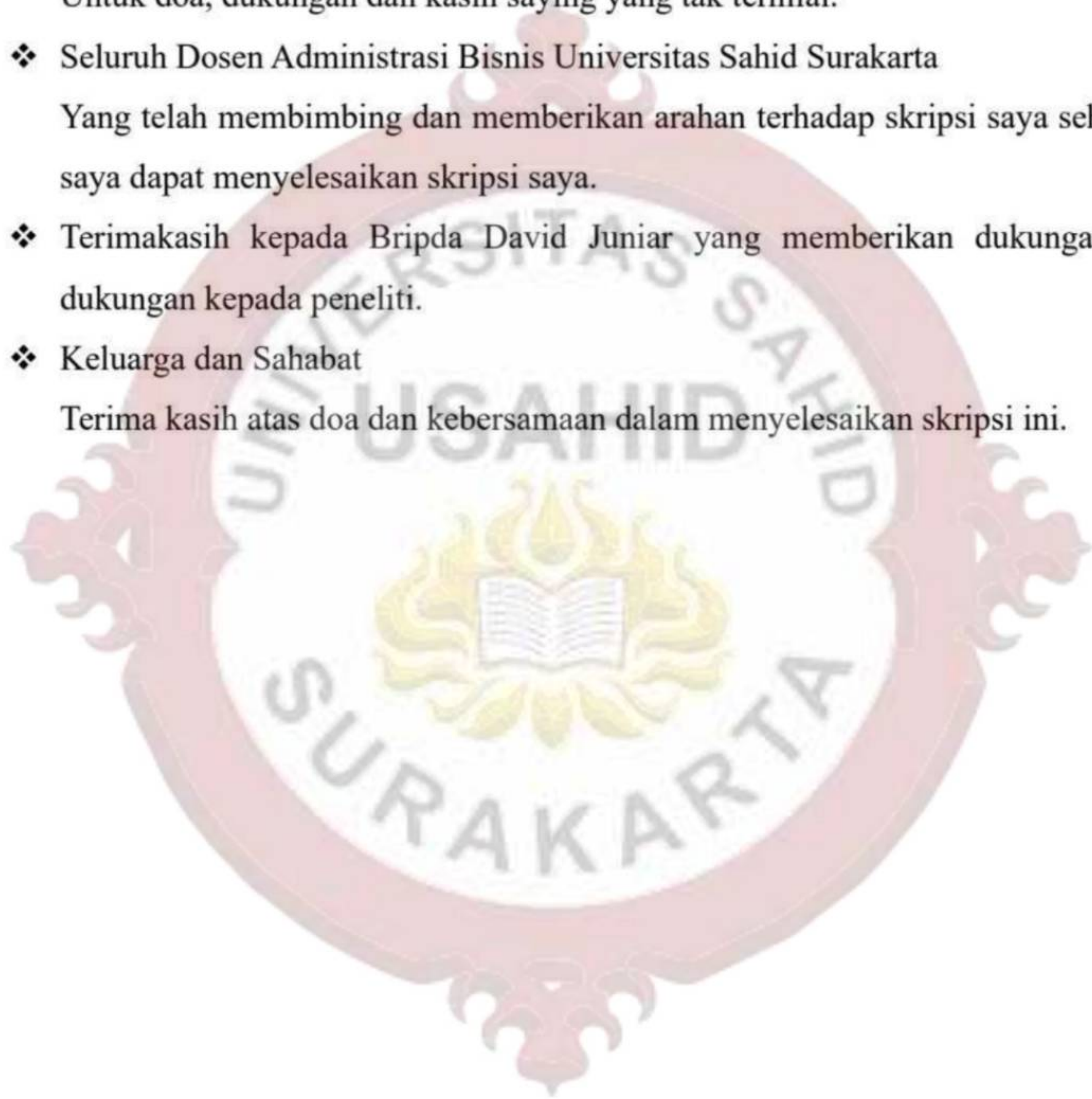
(Maudy Ayunda)

“Man Jadda Wa Jadda”



PERSEMBAHAN

- ❖ Segala puji kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-nya, yang telah memberikan Kesehatan dan kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
- ❖ Orang Tua Tercinta
Untuk doa, dukungan dan kasih sayang yang tak ternilai.
- ❖ Seluruh Dosen Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta
Yang telah membimbing dan memberikan arahan terhadap skripsi saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.
- ❖ Terimakasih kepada Bripda David Juniar yang memberikan dukungan dan dukungan kepada peneliti.
- ❖ Keluarga dan Sahabat
Terima kasih atas doa dan kebersamaan dalam menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom, selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Destina Paningrum, SE., MM selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si, selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
6. Ibu Dr. Rusnandari Retno Cahyani, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan skripsi.
7. Bapak Arya Budi Sutopo, S.AB., M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan skripsi.

8. Orang tua yang telah banyak memberikan doa, semangat dan dukungan serta kasih sayang yang luar biasa.
9. Bripda David Juniar, yang telah membersamai penulis selama penyusunan dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun. Terima kasih ikut serta mendoakan, memberikan semangat, menemani dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2021 yang telah menjadi teman di masa perkuliahan.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, dimana tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surakarta, Februari 2026

Peneliti

Claudia Ipara Riswardini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kualitas Produk	18
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Produk.....	19
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.3 Desain Produk	21
2.3.1 Faktor-Faktor Desain Produk	23
2.3.2 Indikator Desain Produk.....	24

2.4 <i>Social Media Marketing</i>	25
2.4.1 Keunggulan <i>Social Media Marketing</i>	27
2.4.2 Manfaat <i>Social Media Marketing</i>	28
2.4.3 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	29
2.5 Persepsi Harga	30
2.5.1 Langkah-Langkah Penetapan Harga.....	31
2.5.2 Indikator Persepsi Harga	33
2.6 Keputusan Pembelian	34
2.6.1 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	35
2.6.2 Indikator Keputusan Pembelian	37
2.7 Kerangka Pemikiran.....	38
2.8 Rumusan Hipotesis.....	40
2.8.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik Domas Di Kota Surakarta.....	40
2.8.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik Domas di Kota Surakarta	41
2.8.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Batik Domas di Kota Surakarta	42
2.8.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Domas di Kota Surakarta	43
2.8.5 Pengaruh Kualitas produk, Desain produk, <i>Social Media Marketing</i> , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Domas di Kota Surakarta	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	45
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	45

3.4 Variabel Penelitian.....	46
3.5 Skala Pengukuran.....	46
3.6 Definisi Operasional.....	47
3.7 Populasi dan Sampel	50
3.7.1 Sumber Data	52
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.8 Teknik Pengujian Instrumen	54
3.8.1 Uji Validitas	54
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.9 Teknik Analisis Data	56
3.9.1 Analisis Deskriptif	56
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.9.3 Regresi Linier Berganda.....	58
3.9.4 Uji t (Uji Parsial)	59
3.9.5 Uji F (Uji Simultan).....	59
3.9.6 Koefisien Determinasi (R^2)	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	61
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.1 Sejarah Toko Batik Domas	61
4.1.2 Lokasi Toko Batik Domas	62
4.1.3 Jenis-jenis Produk Batik Domas.....	63
4.2 Karakteristik Responden.....	68
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	68
4.2.2 Usia Responden	68
4.2.3 Pekerjaan Responden.....	69
4.2.4 Sumber Informasi Responden	70
4.2.5 Frekuensi Membeli.....	71

4.3 Hasil Pengujian Instrumen.....	71
4.3.1 Uji Validitas	71
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	76
4.4.1 Uji Normalitas	76
4.4.2 Uji Multikolinearitas	77
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	78
4.5 Pengujian Hipotesis	79
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	79
4.5.2 Uji t.....	82
4.5.3 Uji F.....	85
4.5.4 Koefisien Determinasi	87
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN I KUESIONER.....	102
LAMPIRAN II TABULASI DATA PENELITIAN	107
LAMPIRAN III HASIL PENGUJIAN	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Social Media</i> Batik Domas	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Produk Batik Domas	62
Gambar 4.2 Toko Batik Domas.....	62
Gambar 4.3 Produk Dompot Batik.....	63
Gambar 4.4 Kain Batik	64
Gambar 4.5 Produk Handbag Batik.....	64
Gambar 4.6 Produk Daster Batik	65
Gambar 4.7 Produk Sarung Batik	65
Gambar 4.8 Produk Kemeja Batik Pendek	66
Gambar 4.9 Produk Blouse Batik	66
Gambar 4.10 Produk Kemeja Batik Panjang	67
Gambar 4.11 Produk Rok Klok Batik.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Harga Varian Produk Batik Domas	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	47
Tabel 3.2 Variabel Operasional	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4.2 Usia Responden.....	68
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	69
Tabel 4.4 Data Sumber Informasi Responden	70
Tabel 4.5 Data Frekuensi Membeli Responden	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X_2)	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X_3)	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_4)	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's alpha</i>	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.16 Hasil Uji t	82
Tabel 4.17 Hasil Uji F	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87

ABSTRAK

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

Claudia Ipara Riswardini 2021081019

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni
Universitas Sahid Surakarta

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, desain produk, *social media marketing*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Batik Domas di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Forms dengan skala Likert 1–5. Seluruh data diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25, melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel desain produk dan *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} 35,177 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 58%. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi desain dan pemasaran digital dalam meningkatkan keputusan pembelian pada industri batik lokal. Implikasi penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan strategi pemasaran dan inovasi produk bagi pelaku usaha batik, serta membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Desain Produk; *Social Media Marketing*; Persepsi Harga; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT DESIGN, SOCIAL MEDIA MARKETING, AND PRICE PERCEPTION ON DOMAS BATIK PURCHASE DECISIONS IN SURAKARTA

Claudia Ipara Riswardini 2021081019

Business Administration Department, Faculty of Social, Humanities, and Arts
Sahid SurakartaUniversity

This study aims to analyze the influence of product quality, product design, social media marketing, and price perception on Domas Batik purchasing decisions in Surakarta. This study used a quantitative method with a sample of 100 respondents obtained through a nonprobability sampling technique with a convenience sampling. Primary data were collected through a Google Forms-based questionnaire with a Likert scale of 1–5. All data were processed and analyzed using IBM SPSS Statistics 25 software, through validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that product design and social media marketing partially significantly influence purchasing decisions, while product quality and price perception do not. Simultaneously, all four independent variables significantly influence purchasing decisions, with a calculated F-value of $35.177 > F_{\text{table}} 2.47$, a significance value of $0.000 < 0.05$, and a coefficient of determination of 58%. These findings emphasize the importance of design and digital marketing strategies in improving purchasing decisions in the local batik industry. The implications of this study can serve as a basis for developing marketing strategies and product innovations for batik entrepreneurs and open opportunities for further research to incorporate additional variables beyond the current research model.

Keywords: Product Quality; Product Design; Social Media Marketing; Price Perception; Purchase Decision

