

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM BATIK MAHKOTA DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN**

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan gambaran umum mengenai subjek penelitian. Subjek yang dimaksud adalah Batik Mahkota. Hal-hal yang akan dijelaskan antara lain; Sejarah Singkat dan Perkembangan Batik di Surakarta. Sejarah Singkat dan Perkembangan Batik Mahkota, Visi dan Misi, Logo Batik Mahkota, Struktur Organisasi, Tugas dan Wewenang, Produk Batik Mahkota, dan Harga Produk Batik Mahkota.

#### **2.1 Sejarah Singkat Batik Laweyan**

Berdirinya Keraton Surakarta tahun 1745 turut mewarnai perkembangan Batik Surakarta. Berawal dari perpecahan Keraton Surakarta dan Ngayogyakarta sebagai akibat dari perjanjian Giyanti tahun 1755. Seluruh busana kebesaran Mataram dibawa ke Keraton Yogyakarta. Sementara itu, PB III memerintahkan kepada para abdi dalem untuk membuat sendiri motif batik Gagrak Surakarta.

Dari perintah itu masyarakat berlomba-lomba untuk membuat corak batik. Muncul banyak motif batik yang berkembang di masyarakat. PB III pun mengeluarkan peraturan tentang kain batik yang boleh dipakai di dalam keraton. Ada beberapa motif tertentu yang diizinkan untuk dipakai di lingkungan keraton. *“Ana dene kang arupa jejari kang kalebu laranganingsun, bathik sawat, bathik parang lan bathik cemukiran kang calacap modang, bangun tulak, lenga teleng lan tumpal, apa dene bathik cemukiran kang calacap lung-lungan, kang sunwenangake anganggo apeatihingsun lan sentananingsun dene kawulaningsun pada wedhia.”*

Adapun jenis kain batik yang saya larang, batik sawat, batik parang dan batik cemukiran yang berujung seperti paruh burung podang, bagun tulak, minyak teleng serta berujud tumpal dan juga batik cemukiran yang berujung lung (daun tumbuhan yang menjalar di tanah), yang saya izinkan memakainya adalah patih dan para kerabat saya. Sedangkan para kawula (rakyat) tidak diperkenankan. Para abdi dalem bertugas untuk merancang batik yang diperuntukkan bagi kepentingan keraton. Mereka banyak yang tinggal di luar keraton, sehingga terbentuklah komunitas perajin batik seperti di Kratonan, Kusumodiningratan, Kauman maupun Pasar Kliwon. Bahan yang digunakan serta pewarnaan masih tetap memakai bahan lokal seperti soga Jawa.

Pada awal abad XX, batik menjadi salah satu identitas perekonomian masyarakat Jawa. Pada masa ini, batik telah memasuki era industrialisasi dan terbentuknya kelompok-kelompok para pedagang. Salah satu organisasi yang terkenal adalah Sarekat Dagang Islam yang dipelopori oleh KH Samanhudi. Beliau memiliki jaringan dagang yang kuat hingga ke Kudus, Surabaya, Gresik, Tuban, Cirebon, Bogor hingga ke Batavia dan luar Jawa. Salah satu distributornya adalah HOS Cokroaminoto yang menjadi tokoh dalam organisasi Sarekat Dagang Islam.

Berdirinya SDI dilatarbelakangi persaingan dagang antara orang-orang Cina dan Belanda. Organisasi ini menunjukkan eksistensi masyarakat pribumi Jawa Islam di tengah kekuasaan kolonial Belanda. Sekaligus mempertahankan eksistensi batik yang menjadi salah satu pilar ekonomi masyarakat Jawa. Pada akhirnya SDI menjadi salah satu organisasi perintis kemerdekaan Indonesia. Hingga sekarang

Batik Laweyan Solo tetap ada. Para pengusaha Laweyan pernah mencapai kejayaan pada era 1970-an.

Kini, Pemerintah Surakarta dua kampung batik di kota Solo, yakni kampung batik Laweyan dan kampung batik Kauman, yang terletak di belakang Masjid Agung Surakarta. Salah satu pusat perdagangan batik yang terkenal adalah Pasar Klewer.

### **2.1.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Batik Mahkota**

Batik Mahkota Laweyan adalah penerus dari “Batik Puspowidjoto” yang berdiri sejak tahun 1956 di Sayangan Kulon No 9 Laweyan Solo. “Batik Puspowidjoto” didirikan oleh almarhum/almahkamah Bapak Radjiman Puspowidjoto dan Ibu Tijori Puspowidjoto yang memproduksi batik tradisional tulis dan cap yang salah satunya terkenal bermerek “Mahkota PW”. Produksi unggulan pada waktu itu adalah batik motif “Tirto Tejo”. Sepeninggal pendirinya antara tahun 1993 sampai dengan tahun 2005 Batik Puspowidjoto mengalami kevakuman produksi.

Setelah dicanangkannya laweyan sebagai Kampoeng Batik pada tanggal 25 september 2005, memacu para pengusaha batik yang telah lama mengalami kevakuman untuk mulai memproduksi kembali. Salah satu perusahaan batik yang bangkit kembali adalah Batik Puspowidjoto dengan menggunakan nama Batik Mahkota Laweyan. Batik Mahkota Laweyan didirikan pada tanggal 1 Oktober 2005 oleh salah satu puteri Bpk/Ibu Puspowidjoto yaitu Juliani Prasetyaningrum yang didukung oleh keluarga besar Puspowidjoto. Produk utama dari perusahaan ini adalah batik tulis modern, disamping batik tulis tradisional dan cap.

## **1.2 Visi dan Misi Batik Mahkota**

### **2.2.1 Visi Batik Mahkota**

Visi merupakan pemikiran jauh kedepan atau tujuan jangka panjang dari suatu lembaga maupun perusahaan. Batik Mahkota terbentuk dari keinginan pemilik yaitu ibu Juliani Prasetyaningrum untuk menghidupkan kembali usaha batik yang sudah pernah didirikan oleh orangtuanya yaitu bapak Puspowidjoto. Selain itu Batik Mahkota juga didirikan untuk turut menghidupkan dan mengembangkan wilayah laweyan menjadi kawasan industri batik yang dapat menjadi rujukan dan referensi seni dan budaya batik di Indonesia dan internasional. Maka dari itu Batik Mahkota didirikan dengan visi untuk “Menjadi perusahaan batik tulis kontemporer dan tradisional terbaik skala nasional dan internasional dengan menitikberatkan pada kualitas produk, kualitas sumber daya manusia dan ramah lingkungan”.

### **2.2.2 Misi Batik Mahkota**

Misi merupakan sekumpulan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh suatu lembaga atau perusahaan untuk mencapai visi yang telah ditentukan. Untuk mewujudkan visinya, Batik Mahkota memiliki misi sebagai berikut:

1. Memproduksi dan memasarkan batik tulis kontemporer dan tradisional yang berkualitas tinggi dengan unggulan desain batik dan sentuhan seni yang eksklusif
2. Menghargai SDM dengan memberikan kesejahteraan dan suasana kerja yang memadai, mengedukasi SDM sehingga kualitas produksi, pendapatan dan jumlah pelanggan terus bertambah

3. Memberikan perhatian dan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dengan penyediaan lapangan pekerjaan dan pembinaan lingkungan
4. Menjalin kemitraan dengan pemasok dan distributor secara professional
5. Mengedukasi masyarakat untuk mengenal, mengetahui, memahami tentang batik dari proses pembuatannya sehingga muncul suatu rasa cinta batik dan dapat mengasah jiwa kewirausahaan
6. Membuktikan kepada masyarakat dunia bahwa batik adalah budaya leluhur bangsa Indonesia.

### 2.3. Logo Batik Mahkota

Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo Batik Mahkota dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini:

Gambar 2.1

Logo Batik Mahkota



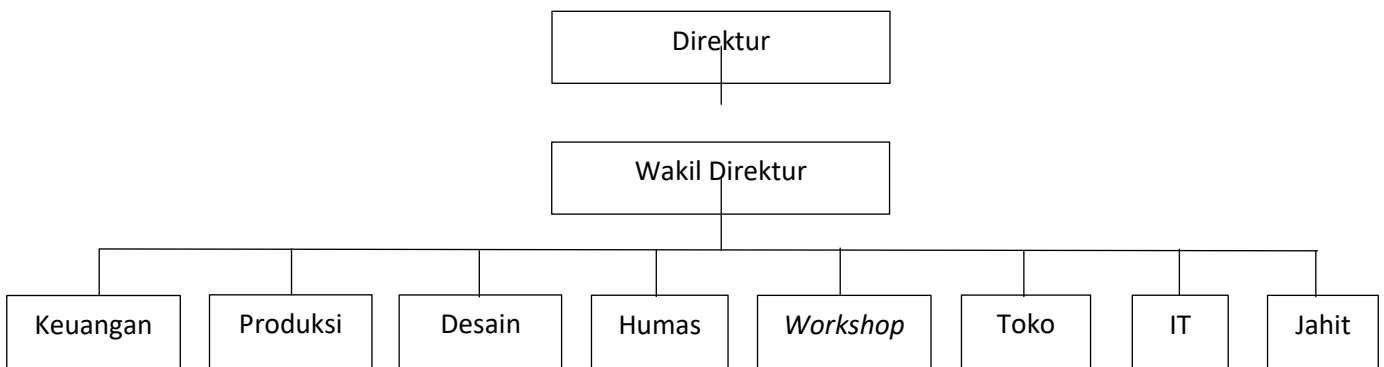
Sumber: Batik Mahkota, 2018

## 2.4 Struktur Organisasi Batik Mahkota

Struktur organisasi adalah suatu susunan komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Dan selain itu struktur organisasi juga menunjukkan mengenai spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan. Struktur organisasi Batik Mahkota dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.2

### Struktur Organisasi Batik Mahkota



Sumber: Batik Mahkota, 2018

Berdasarkan Gambar 2.2 dapat diketahui bahwa Batik Mahkota menggunakan struktur organisasi dalam bentuk struktur organisasi fungsional. Organisasi fungsional yaitu suatu bentuk organisasi dimana kekuasaan pimpinan dilimpahkan kepada pejabat yang memimpin satuan dibawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu. Pembagian kerja dalam bentuk Struktur Organisasi Fungsional

yang diterapkan oleh Batik Mahkota dilakukan berdasarkan fungsi manajemen yang dikerjakan. Struktur organisasi Batik Mahkota terdiri dari direktur dan wakil direktur, dan membawahi divisi keuangan, produksi, desain, hubungan masyarakat, *workshop*, toko, IT dan jahit.

### **1.5 Tugas dan Wewenang**

#### **1. Direktur**

Direktur sekaligus pendiri dari Batik Mahkota adalah Bapak Ir. Alfa Febela Priyatmono, MT. tugas dan wewenang direktur yaitu:

1. Membuat kebijakan strategis untuk Batik Mahkota
2. Memilih, menetapkan dan mengawasi tugas dari karyawan dan kepala divisi.
3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.

#### **2. Wakil Direktur**

Posisi wakil direktur Batik Mahkota dipegang oleh istri dari bapak alfa yaitu ibu Dra. Juliani Prasetyaningrum, M. Si, S. Psi. Ibu Juliani memiliki tugas dan wewenang yaitu:

1. Mengkoordinasikan manajer-manajer divisi dalam menjalankan fungsinya
2. Membantu direktur dalam menjalankan fungsinya
3. Memberikan masukan yang bersifat konstruktif kepada direktur dan karyawan.

#### **3. Manajer Keuangan**

Manajer keuangan Batik Mahkota dipegang oleh Ibu Via, tugas dan wewenang Ibu Via yaitu:

1. Perencanaan keuangan Batik Mahkota
  2. Pengawasan keuangan Batik Mahkota.
  3. Melayani bagian pembayaran atau kasir.
  4. Menetapkan dan mengawasi pelaksanaan standar pelayanan.
4. Manajer Produksi

Manajer produksi Batik Mahkota dipegang oleh Bapak Rizki. Tugas dan wewenang Bapak Rizki sebagai manajer produksi yaitu:

1. Membuat rencana produksi Batik Mahkota secara berkala
  2. Melakukan pengawasan dan kontrol pada setiap kegiatan produksi agar kualitas dan kuantitas sesuai yang yang ditargetkan.
  3. Bertanggungjawab terhadap bahan-bahan yang ada di Gudang, baik itu bahan mentah ataupun barang jadi.
  4. Membuat laporan produksi secara berkala
  5. Membuat rencana produksi Batik Mahkota secara berkala
  6. Melakukan pengawasan dan kontrol pada setiap kegiatan produksi agar kualitas dan kuantitas sesuai yang yang ditargetkan.
  7. Bertanggungjawab terhadap bahan-bahan yang ada di Gudang, baik itu bahan mentah ataupun barang jadi.
  8. Membuat laporan produksi secara berkala
5. Desain

Kepala tim desain Batik Mahkota adalah Bapak Fafan. Tugas dan wewenang Bapak Fafan selaku kepala tim desain adalah:

1. Membuat rancangan sketsa desain produk batik
2. Membuat inovasi desain dan motif produk Batik Mahkota



3. Menerima desain motif batik pesanan konsumen

6. Hubungan Masyarakat

Manajer Hubungan Masyarakat batik Mahkota adalah Bapak Eko. Tugas dan wewenang Bapak Eko selaku manajer Hubungan Masyarakat adalah:

1. Bertanggungjawab terhadap hubungan Batik Mahkota dengan pihak luar, baik instansi maupun masyarakat
2. Membuat SOP kunjungan dan penelitian
3. Membantu pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya di Batik Mahkota
4. Menyediakan informasi yang komprehensif tentang Batik Mahkota

7. Workshop

Kepala tim workshop Batik Mahkota adalah bapak Edi. Tugas dari tim workshop yaitu mempersiapkan kegiatan workshop yang diadakan Batik Mahkota untuk peserta ataupun tamu dari luar.

8. Toko

Kepala bagian toko Batik Mahkota dipegang oleh Ibu Irma. Tugas dan wewenang bagian toko Batik Mahkota adalah:

1. Menata display toko supaya menarik dan membuat konsumen merasa nyaman ketika berkunjung dan berbelanja
2. Membuat pencatatan produk yang masuk ke dalam toko
3. Melayani konsumen yang berkunjung ke toko Batik Mahkota

9. IT

Kepala bagian IT Batik Mahkota yaitu Ibu Ifah. Tugas dan wewenang dari bagian IT adalah membuat semua data, mulai dari pencatatan produksi, data penjualan dan juga media promosi Batik Mahkota dalam bentuk digital.

#### 10. Jahit

Bagian jahit untuk produk Batik Mahkota dikepalai oleh bapak Irfan. Semua jahitan produk Batik Mahkota menjadi tanggungjawab bapak Irfan.

### **1.6 Jam Operasional Batik Mahkota**

Jam operasional atau jam kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan/atau malam hari. Batik Mahkota buka dari hari Senin hingga hari Minggu mulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB.

### **1.7 Produk Batik Mahkota**

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Batik Mahkota menawarkan berbagai macam jenis produk kerajinan batik. Mulai dari yang masih berbentuk lembaran kain dengan motif batik tertentu hingga yang sudah menjadi pakaian jadi. Berdasarkan proses pembuatannya, Batik Mahkota menyediakan batik tulis, cap dan cetak. Jika dilihat berdasarkan motifnya, motif batik yang tersedia di Batik Mahkota antara lain; motif Tirta Tejo, motif Kawung, motif Sawat, motif Sidomukti dan motif batik kontemporer lainnya yang merupakan motif original dari Batik Mahkota itu sendiri. Kain yang digunakan sebagai bahan pembuatan produk Batik Mahkota yaitu katun dan sutra.

Berdasarkan segmentasi pasar, Batik Mahkota menyediakan produk batik yang dapat digunakan oleh remaja hingga dewasa baik laki-laki maupun perempuan. Model baju yang disediakan yaitu meliputi baju berkerah untuk pria,

dress, gamis, bawahan wanita dan cardigan. Contoh produk Batik Mahkota dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut ini:

Gambar 2.3

#### Produk Kemeja Batik Mahkota



Salah satu contoh produk Batik Mahkota adalah kemeja untuk pria. Produk kemeja ini dijual dengan harga mulai dari Rp 75.000,00 hingga Rp 150.000,00.

Selain motif seperti gambar disamping, produk kemeja pria Batik Mahkota juga tersedia dalam berbagai motif lainnya.

Gambar 2.4

#### Produk Daster Batik Mahkota



Produk disamping adalah salah satu produk busana wanita Batik Mahkota, yaitu produk daster. Produk ini dijual dengan harga mulai dari Rp 75.000,00 sampai Rp 150.000,00.

Selain dengan motif seperti disamping produk daster Batik Mahkota juga tersedia dalam berbagai motif lainnya.

Gambar 2.5

#### Produk Batik Tulis Batik Mahkota



Gambar diatas adalah contoh produk batik tulis dari Batik Mahkota Laweyan. Motif batik tulis yang diproduksi oleh Batik Mahkota antara lain motif tirta tejo, motif kawang dan juga motif kontemporer khas Batik Mahkota.

Selain motif-motif diatas, Batik Mahkota juga menerima pembuatan desain motif batik tulis sesuai permintaan konsumen. Produk batik tulis dijual dengan

harga mulai dari Rp 300.000,00 hingga tidak terhingga sesuai dengan keunikan motif dan tingkat kesulitan pembuatannya.

## **2.8 Harga Produk Batik Mahkota**

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga yang ditawarkan pada produk Batik Mahkota sangat beragam. Untuk batik cetak, harga yang ditawarkan berkisar antara Rp 50.000 – Rp 300.000, batik cap berkisar antara Rp 75.000 – Rp 500.000, baju batik berkerah untuk pria berkisar antara Rp 150.000 – Rp 300.000, produk batik wanita dengan model *dress* berkisar antara Rp 200.000 – Rp 500.000 dan batik tulis berkisar antara Rp 300.000 – tidak terhingga sesuai dengan keunikan motif dan tingkat kesulitan pembuatan.

## **2.9 Identifikasi Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk Batik Mahkota secara *offline* di toko Batik Mahkota. Identifikasi responden meliputi: Jenis Kelamin, Usia, Status Marital, Pendidikan Terakhir, Jenis Pekerjaan, Penghasilan Perbulan, dan alasan menggunakan produk Batik Mahkota.

### **1.10 Usia Responden**

Usia atau umur adalah suatu rentang waktu tentang lamanya hidup yang diukur dengan tahun sejak seseorang dilahirkan. Rincian data mengenai usia responden dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1

Usia Responden

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
1	20-29	34	34%
2	30-39	33	33%
3	40-49	27	27%
4	>50	6	6%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden adalah rentang usia 20 - 29 tahun dengan jumlah 34 atau 34% dari total responden. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen Batik Mahkota adalah konsumen usia muda menuju dewasa yang telah memiliki kematangan dalam berfikir sehingga mampu menentukan sikap dalam mengambil suatu keputusan pembelian.

### 1.11 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan suatu kelompok perbedaan bentuk dan sifat antara laki – laki dan perempuan secara biologis sejak seseorang dilahirkan. Rincian data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 2.2 sebagai berikut:

**Tabel 2.2**

#### **Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	47	47%
2	Perempuan	53	53%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.2 sebagian besar responden adalah perempuan dengan jumlah 53 atau 53% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Batik Mahkota masih didominasi oleh perempuan meskipun Batik Mahkota menyediakan produk batik untuk konsumen laki-laki dan perempuan.

### 1.12 Status Marital Responden

Status marital merupakan keadaan atau kedudukan seseorang yang memiliki suatu ikatan karena telah melakukan perjanjian hukum antara suami dan istri secara sah menurut agama dan hukum. Rincian data mengenai status marital responden dapat dilihat pada Tabel 2.3 sebagai berikut:

Tabel 2.3

#### Status Marital

No	Status Marital	Jumlah	Persentase
1	Menikah	79	79%
2	Belum Menikah	21	21%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden telah menikah yaitu sejumlah 79 responden atau sebesar 79% dari total responden.

### 1.13 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya

pengajaran dan pelatihan yang sesuai dengan prosedur. Pendidikan terakhir merupakan pendidikan yang sudah diselesaikan seorang responden. Rincian data mengenai pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada Tabel 2.4 sebagai berikut:

Tabel 2.4

## Pendidikan Terakhir Responden

<b>No</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>1</b>	Tamat SMA/ sederajat	8	8%
<b>2</b>	Tamat Diploma	4	4%
<b>3</b>	Tamat S1	82	82%
<b>4</b>	Tamat S2/S3	6	6%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan terakhir tamat S1 yaitu sebesar 82 responden atau 82% dari total responden. Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/ sederajat sebanyak 8 Responden atau 8% dari total responden. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Batik Mahkota adalah konsumen dengan tingkat pendidikan tinggi. Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

#### 1.14 Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah suatu kegiatan dalam melakukan sesuatu ataupun aktivitas yang diperbuat untuk mencari nafkah atau mata pencaharian yang



dijadikan sebagai pokok kehidupan seseorang. Rincian data mengenai jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 2.5 sebagai berikut:

Tabel 2.5

## Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Swasta	26	26%
2	Wiraswasta	17	17%
3	PNS	27	27%
4	Pelajar/Mahasiswa	14	14%
5	Ibu Rumah tangga	15	15%
6	Lainnya	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.5 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai karyawan PNS yaitu sebesar 27 responden atau 27% dari total responden. Sedangkan konsumen yang berprofesi sebagai karyawan swasta adalah sejumlah 26 responden atau 26% dari total responden. Data ini menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian produk batik di Batik Mahkota merupakan konsumen yang memiliki pekerjaan tetap dan stabil.

### 1.15 Penghasilan Perbulan Responden

Penghasilan merupakan pendapatan atau perolehan uang yang dihasilkan seseorang atas imbalan yang diterimanya. Rincian data mengenai penghasilan perbulan responden dapat dilihat pada Tabel 2.6 sebagai berikut:

Tabel 2.6

## Penghasilan Responden

No	Penghasilan Perbulan	Jumlah	Persentase
1	>Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	19	19%
2	>Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	48	48%
3	>Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	11	11%
4	>Rp 10.000.000	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berpenghasilan lebih dari Rp3.000.000 – Rp.6.000.000 yaitu sebanyak 48 responden atau sebesar 48% dari total responden. Selanjutnya terdapat 22 responden yang memiliki penghasilan lebih dari Rp.10.000.000 dan 11 responden yang memiliki penghasilan Rp.6.000.000 – Rp.10.000.000. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan yang diterima konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

### 1.16 Alasan Menggunakan Produk Batik Mahkota

Rincian data mengenai alasan yang mendasari responden memilih menggunakan produk Batik Mahkota dapat dilihat pada Tabel 2.7 berikut ini:

Tabel 2.7

## Alasan Menggunakan Produk Batik Mahkota

<b>No</b>	<b>Alasan Menggunakan Produk Batik Mahkota</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>1</b>	Produk sudah SNI	15	15%
<b>2</b>	Kualitas Bahan	13	13%
<b>3</b>	Motif /Corak	39	39%
<b>4</b>	Model produk beragam	7	7%
<b>5</b>	Harga	11	11%
<b>6</b>	Sesuai kebutuhan	4	4%
<b>7</b>	Produk sudah SNI dan Motif	8	8%
<b>8</b>	Motif dan Harga	3	3%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.7 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memilih menggunakan produk Batik Mahkota karena corak dan motifnya yang khas dan produk sudah SNI. Sebagian besar konsumen menemukan corak atau motif yang tidak bisa ditemukan di toko batik lainnya di sekitar Batik Mahkota. Responden yang memiliki alasan yang berhubungan dengan corak atau motif adalah sebanyak 39 responden atau sebesar 39% dari total responden. Selain itu responden juga memilih menggunakan produk Batik Mahkota karena produk sudah SNI yaitu sejumlah 15 responden atau sebesar 15% dari total responden. Berdasarkan data tersebut, dapat diasumsikan bahwa Batik Mahkota memiliki

keunggulan pada kualitas produk yang mampu meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk batik di Batik Mahkota.

