

ABSTRAK

Batik merupakan hal yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia saat ini. Batik merupakan salah satu warisan nusantara yang unik. Keunikannya ditunjukkan dengan berbagai macam motif dan model yang memiliki makna tersendiri. Hal ini karena batik menawarkan keunikan dan kepuasan tersendiri bagi para penggunanya, batik merupakan ciri khas Bangsa Indonesia dan juga sering digunakan untuk kegiatan maupun acara resmi di kantor maupun acara-acara lain. Cirebonpun memiliki batik khas sendiri dengan batik megamendung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motif, model, bahan, jenis, merek, ukuran, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Batik Ivanda.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli batik di Batik Ivanda Cirebon. Pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menyatakan bahwa motif, model, bahan, jenis, merek, ukuran, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian batik di Batik Ivanda Cirebon. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel motif, model, bahan, jenis, merek, ukuran, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 99,5% sedangkan sisanya sebesar 0,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa motif, model, bahan, jenis, merek, ukuran, dan kualitas produk secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik di Batik Ivanda Cirebon. Maka sebaiknya, untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini, seperti citra merek, promosi, kualitas pelayanan, *green marketing*, minat beli dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Motif, Model, Bahan, Jenis, Merek, Ukuran, Dan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian