

## BAB 5 PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis data statistik dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini berhasil memberikan jawaban empiris terhadap hipotesis-hipotesis yang diajukan. Melalui pembuktian lewat uji regresi, seluruh variabel bebas yang diteliti terbukti memiliki kontribusi signifikan secara nyata terhadap variabel terikat pada objek penelitian. Adapun kesimpulan secara rinci yang menjawab setiap poin hipotesis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Variabel Desain Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y) produk *apparel thrifting* pada Gen Z di Yogyakarta ( $B = 0,381$ ;  $Sig. = 0,000$ ). Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik fisik, nilai estetika, visual, serta aspek kelangkaan (*uniqueness*) dari desain pakaian bekas menjadi faktor pendorong utama yang secara langsung menstimulasi minat beli konsumen. Temuan statistik ini menegaskan bahwa dalam ekosistem pakaian bekas, desain produk bertindak sebagai stimulan linier yang paling kuat dan dominan dalam menggerakkan intensi beli konsumen muda. Secara teoretis dalam ranah keilmuan desain, capaian ini menunjukkan bahwa karakteristik fisik material garmen, nilai estetika rupa, keunikan visual, serta aspek kelangkaan (*design uniqueness*) yang melekat pada pakaian masa lalu merupakan pemicu utama yang langsung menyentuh level kognitif *visceral* responden. Gen Z menempatkan orisinalitas detail rancangan dan kelangkaan barang sebagai bentuk kompensasi atas kejenuhan mereka terhadap homogenitas produk massal industri *fast fashion*.
2. Variabel Kesadaran Lingkungan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli produk *apparel thrifting* pada Gen Z di Yogyakarta ( $B = 0,292$ ;  $Sig. = 0,002$ ). Temuan ini membuktikan bahwa pemahaman dan kepedulian ekologis mengenai dampak buruk *fast fashion* turut memperkuat pertimbangan moral konsumen muda dalam memilih

konsumsi pakaian bekas sebagai gaya hidup di zaman sekarang. Hasil data lapangan ini membuktikan bahwa tingkat literasi ekologis serta kepedulian yang tinggi dari responden mengenai dampak destruktif limbah industri tekstil konvensional berhasil menstimulasi motif belanja sirkular mereka. Di dalam perspektif metode *eco-design*, kesadaran lingkungan ini berfungsi sebagai jangkar moral atau nilai tambah etis yang memvalidasi keputusan konsumsi mereka. Dorongan kepedulian ini mengarahkan preferensi belanja Gen Z untuk memilih produk *apparel thrifting* sebagai instrumen nyata dalam mengimplementasikan gaya hidup berkelanjutan (*sustainable lifestyle*) sekaligus berpartisipasi aktif dalam memperpanjang siklus hidup objek.

3. Secara simultan (bersama-sama), variabel Desain Produk (X1) dan Kesadaran Lingkungan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) (Sig. = 0,000). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 32,6% menunjukkan bahwa variasi minat beli Gen Z terhadap produk *apparel thrifting* dapat dijelaskan oleh variabel Desain Produk (X1) dan variabel Kesadaran Lingkungan (X2) Sementara itu, porsi persentase yang lebih besar yaitu sebesar 67,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel eksternal lain di luar model persamaan regresi riset ini. Konseptualisasi simultan ini memberikan kesimpulan besar dalam disiplin ilmu desain produk bahwa minat beli aktual pada era modern akan mencapai titik optimal ketika terjadi perkawinan interdisipliner yang seimbang antara daya tarik visual objek desain (estetika) dengan tanggung jawab sosial dari subjek penggunaannya (etika).

## **B. Saran Penelitian**

### **1. Desainer Produk**

Mengingat aspek desain produk terbukti menjadi variabel yang memberikan kontribusi pengaruh paling dominan dalam menarik minat beli konsumen muda, desainer produk disarankan untuk mengubah paradigma perancangan konvensional menuju pendekatan desain yang lebih sirkular. Desainer produk lokal harus mengambil peran sebagai

konseptor kreatif yang mampu mengeksplorasi potensi material limbah sandang melalui optimalisasi strategi *upcycling* dan *reworked apparel*. Dalam proses kreatifnya, desainer dituntut untuk fokus pada penciptaan detail visual yang tidak repetitif, dekonstruksi pola potongan kain yang berkarakter, serta penerapan teknik kriya tekstil manual guna mempertahankan nilai kelangkaan (*design uniqueness*) yang menjadi target utama perburuan Gen Z. Selain itu, desainer produk masa depan wajib mengintegrasikan prinsip *eco-design* berbasis *modular design*, di mana produk garmen dapat diubah fungsionalitasnya menjadi beberapa bentuk objek yang berbeda serta memanfaatkan metode *storytelling* visual pada identitas produk agar pesan penyelamatan lingkungan dapat tersampaikan secara transparan dan menyentuh level emosional penggunanya.

## 2. Pelaku Industri Fesyen Lokal

Bagi para pelaku usaha, pemilik jenama (*brand owners*), dan pelaku industri fesyen kreatif lokal, temuan riset ini dapat dijadikan kompas strategis untuk memetakan ceruk pasar baru dan menyusun strategi substitusi produk yang adaptif, terutama dalam merespons kebijakan pengetatan serta pembatasan impor pakaian bekas oleh pemerintah. Pelaku industri disarankan untuk tidak lagi bertumpu pada lini produksi massal linear (*fast fashion*) yang menghasilkan produk homogen, melainkan mulai membangun ekosistem rantai pasok sirkular yang memanfaatkan limbah tekstil domestik atau pakaian lama layak pakai sebagai bahan baku utama. Pelaku usaha harus mampu mengoversi potensi kepedulian ekologis Gen Z yang tinggi di Yogyakarta menjadi peluang bisnis yang profitabel dengan cara memosisikan lini produk *upcycled* lokal sebagai produk yang eksklusif, diproduksi dalam jumlah yang sangat terbatas serta dikemas dengan strategi pemasaran hijau yang transparan untuk memvalidasi pertimbangan moral sekaligus memenuhi ekspektasi estetika visual dari kelompok konsumen generasi baru tersebut.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang tertarik untuk mengkaji topik serupa dengan pendekatan kuantitatif murni berlandaskan teori Sugiyono, disarankan untuk memperluas cakupan riset dengan menambahkan variabel-variabel eksternal lain yang memengaruhi sisa nilai determinasi sebesar 67,4% di luar model ini. Variabel-variabel potensial tersebut dapat meliputi persepsi keterjangkauan harga (*price perception*), pengaruh kelompok sejawat (*peer influence*), tingkat higienitas produk, atau citra merek (*brand image*), dan lain-lain. Peneliti selanjutnya juga dianjurkan memperluas populasi dan sebaran sampel di luar Provinsi Yogyakarta agar tingkat generalisasi hasil penelitian menjadi lebih luas, kuat, dan komprehensif. Di samping pengembangan variabel statistik, peneliti selanjutnya juga sangat disarankan untuk melangkah lebih jauh ke tahap perumusan standar rekomendasi desain produk konkrit yang sesuai dengan preferensi estetika dan kemauan dinamis konsumen di pasar zaman sekarang. Standardisasi rekomendasi perancangan ini krusial untuk menjembatani teori akademik dengan praktik nyata di studio desain, sehingga dapat menjadi panduan baku bagi desainer lokal dalam menentukan batas toleransi kelangkaan visual, struktur dekonstruksi pola garmen, hingga aplikasi material sirkular yang memiliki daya pikat transaksional tinggi di mata Gen Z.

Melalui perumusan standar rekomendasi desain yang matang tersebut, khazanah literatur kuantitatif ini diharapkan dapat memberikan kontribusi interdisipliner yang luas dan tidak hanya terbatas pada sektor keilmuan desain produk dan industri fesyen semata. Eksplorasi data pada riset masa depan dapat dimanfaatkan secara lintas sektoral, seperti pada bidang sosial-humaniora untuk memetakan transformasi perilaku konsumsi sirkular sebagai bagian dari pergeseran budaya masyarakat urban. Dari ranah ekonomi dan manajemen bisnis, standar rekomendasi desain sirkular ini dapat digunakan oleh para pengambil kebijakan untuk menyusun dan menghitung proyeksi kelayakan bisnis industri *creative upcycling*, serta menstimulasi pertumbuhan ekonomi kreatif domestik di tengah arus pembatasan barang impor. Bahkan, bagi sektor teknik

lingkungan, hasil pemodelan desain sirkular ini dapat diolah lebih lanjut untuk mengalkulasi potensi reduksi jejak karbon dan volume sampah tekstil tahunan, sehingga tercipta sebuah kolaborasi pengetahuan ilmiah yang komprehensif dalam mendukung perwujudan ekosistem pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*) di Indonesia.

#### **4. Bagi Penggiat Kampanye Lingkungan dan Komunitas *Sustainable Fashion***

Mengingat hasil penelitian membuktikan bahwa kesadaran lingkungan terbukti bisa meningkatkan minat beli konsumen, para penggiat lingkungan dan komunitas *sustainable fashion* disarankan untuk mengubah cara mereka berkampanye terkait isu ini. Edukasi ke masyarakat sebaiknya tidak lagi cuma berupa ajakan biasa, tapi harus mulai menyertakan data dan angka yang nyata tentang seberapa parah dampak limbah baju atau *fast fashion* saat ini. Selain itu, komunitas bisa memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan cerita-cerita seru seputar produk ramah lingkungan (*storytelling*). Kampanye dapat dikemas menarik dengan menunjukkan bahwa memakai produk-produk *apparel thrifting* merupakan tindakan bijaksana yang bisa menjadi bagian dari gaya hidup anak muda yang peduli dengan masa depan bumi sebagai bentuk tanggung jawab moralnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A., Ristiyana, R., Saputri, F., ...  
Wijoyo, E. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik*. Get Press Indonesia.
- Adiyani, Lady, & Khusyairi, J. (2025). *Praktik Konsumsi Thrift: Analisis Cultural Aterialism Dari Perspektif Konsumen*. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 87–100. doi:10.20473/jsd.v20i12025.87-100
- Albab, W., Mardiah, A., Ranjani, G., Karina, G., & Safitri, M. (2024). *Pengaruh Industri Fast Fashion Terhadap Pencemaran Lingkungan dan Penurunan Keadilan Antar Generasi*, 5(3), 94–103. doi:10.1177/2158244018774611
- Anggraini, D. (2022). *Pengaruh Pengalaman Pembelian, Kesadaran Lingkungan Dan Sikap Ramah Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan Innisfree*, 1–100.
- Ardelisma, A., Nurbani, & Khairifa, F. (2026). *Pengaruh Doomscrolling Dan Literasi Media Sosial Terhadap Kelelahan Digital Gen Z Di Medan*, 11(1), 10–25. doi:10.52423/jikuho.v11i1.1879
- Arifin, A., & Noerismayanti, H. (2026). *Peran Harga dan Gaya Hidup Terhadap Minat Konsumen Dalam Berbelanja Pakaian Bekas (Thriftling) pada Pasar Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang*, 03(01), 1–9.
- Asiah, Artika, P., & Pratiwi, Y. (2026). *Analisis Nilai Ekonomi Dan Estetika Produk Upcycling Limbah Tekstil Dalam Industri Kreatif*, 34–41. doi:10.36841/cendekiapendidikan.v5i1.7996
- Aulia, N. (2024). *Pemaknaan Fashion Thrift Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Fenomenologi Presentasi Diri Mahasiswa Iain Parepare)*, 1–69.
- Azhar, A. (2024). *Pengaruh Attitude, Subjective Norms Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Dalam Perspektif Ekonomi Sirkuler*.
- Bela, Chandra, M., Sodik, Luqman, & Atmaja, D. (2025). *Thriftling Sebagai Penomona Ekonomi Kontemporer: Telaah Keritis Atas Masalah, Mafsadah Dan Kebelanjutan*, 9(4), 17–27.
- Calystasia, B., Prasetya, R., & Susanto, E. (2022). *Konsistensi Identitas Citra*

- Merek Produk Vespa di Mata Pengguna*, 21(1), 30–46.
- Diantari, N. (2021). *Tren New Normal Pada Industri Fast Fashion Di Indonesia: Adaptasi Fast Fashion Di Masa Pandemi*, 1(1), 68–75.
- Fadhillah, I., Sari, M., & Mashita, J. (2025). *Mengenai Sustainable Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Di Depok Thrift Market Tahun 2023*, 5(1), 210–219. doi:10.53866/jimi.v5i1.721
- Hanafiah, H., Susanto, B., Sari, A., & Juhandi. (2026). *Baju Thrifting Versus Baju Merek Lokal dalam Perspektif Pemasaran*, 1(1), 14–22.
- Handayani, J., Derriawan, D., & Hendratni, T. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods*, 10(1), 91–103. doi:10.14414/jbb.v10i1.2261
- Hanoto, D. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel*.
- Haryanti, I., & Falah, A. (2023). *Fenomena Thrifting sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung*, 11(02), 205–221. doi:10.26742/atrat.v11i2.3188
- Hasani, M. (2025). *Pengaruh Persepsi Nilai, Kesadaran Lingkungan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Pakaian Thrift Dalam Perspektif Bisnis Islam*.
- Hidayah, F., & Sari, H. (2023). *Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Baju Bekas Impor (Thrift) di Kota Sidoarjo*, 1–13.
- Hidayat, A., Elita, F., & Setiawan, A. (2012). *Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen*, 1(1), 1–14.
- Huda, N., Hulaify, A., Zakiyah, & Komarudin, P. (2023). *Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin*, 3(1), 1–12. doi:10.36908/jimpa
- Julia, S., Zunaedi, R., & Putra, P. (2024). *Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Pembelian Pakaian Bekas Pada Sosial Media Di Indonesia*, 4(2), 157–174.
- Laila, V. (2024). *Dampak Gaya Hidup Thrifting Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z Di Perguruan Tinggi Kota Metro*.
- Leman, F. M., & Purnomo, J. (2020). *Dampak Fast Fashion terhadap Lingkungan*, 128–136.
- Lukiyana, & Hamonangan, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas*

- Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Thrifting Yang Dimoderasi Brand Awareness*, 9(1), 230–248.
- Marcello, R., & Verawati. (2023). *Inovasi Dan Pengembangan Produk Pada Usaha Pakaian Bekas*, 1(1), 338–344.
- Mikraj, A. L., W, A. N. P. D., Kristiana, A., & Wibowo, K. A. (2026). *Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Generasi Z Pada Produk Thrift Fashion di HM Bulakelore Brebes*, 6(2), 46–67. doi:10.37680/almikraj.v6i02.9557
- Mubarok, F. (2022). *Pengaruh Desain Produk dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Obat-obatan Herbal atau Jamu Tradisional (Studi Kasus Pada Generasi Milenial)*.
- Nahak, N., Yewang, N., & Saragih, F. (2026). *Pengaruh Tren Thrifting, Gaya Hidup, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Universitas Nusa Cendana*, 5(5), 711–726.
- Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). *Dampak Fast Fashion dan Peran Desainer dalam Menciptakan Sustainable Fashion*, 09(02), 157–166. doi:10.26740/jurnal-online-tata-busana.v9i2.35921
- Prayudi, Ardhanariswari, K., & Probosari, N. (2020). *Analisis Kota Yogyakarta sebagai Kota Kreatif : Pendekatan Sinergitas Quadro Helix*, 2(2), 94–105. doi:10.31315/eksos.v2i2.4159
- Rmadhani, R., Amalia, I., & Rachmah, N. (2024). *Generasi Milenial dan Generasi Z Surabaya: Perbedaan Persepsi dan Motivasi Trend Fashion Thrifting*, 1272–1285.
- Rosidah, A., & Suhartini, D. (2021). *Desain Upcycle Pakaian Bekas Sebagai Fashion Berkelanjutan*, 10(03), 183–191.
- Safitri, I. (2025). *Dampak Fast Fashion Terhadap Perempuan Dan Lingkungan: Analisis Ekofeminisme*, VIII(1), 212–218.
- Saputra, A., & Amallia, H. (2023). *Pernak-Pernik Kebudayaan dalam Sudut Pandang Sosiologi*. Samudra Biru.
- Sari, A., & Indrawati, D. (2021). *Perkembangan Penamaan Gaya Berpakaian Dan Jenis Pakaian Pada Kalangan Milenial Di Indonesia: Kajian Linguistik Antropologi*, 9(02), 85–93.

- Setiawan, M., & Astuti, D. (2025). *Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Keberlanjutan Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Thrift Fashion Di Kalangan Gen Z*, 01(04), 947–952.
- Siregar, D., Aditya, T., Purwanto, E., & Elyana, K. (2024). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang*, 8(3), 606–618. doi:10.35870/jtik.v8i3.2060
- Sujana, O. I. (2020). *Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor)*, 8(2), 105–126.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. (2020). *Kualitas Produk dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It*, 5(3), 176–184.
- Tahya, A., Hursepuny, H., Manuputty, E., Waelauruw, A., & Hutubessy, E. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Thrifting di Pasar Mardika Kota Ambon*, 3(2), 422–433.
- Tambunan, E., & Widyastuti, P. (2025). *Pengaruh Sustainable Fashion dan Eco Branding terhadap Minat Beli Produk Uniqlo di Jakarta*, 17(1), 33–49.
- Tjahyamulia, T., & Bunyamin, H. (2023). *Analisa Model Convolutional Neural Networks Lanjutan terhadap Model Klasifikasi Pakaian*, 5(2), 378–392.
- Ulfah, L., & Eddyono, S. (2023). *Konsumsi Pakaian Berkelanjutan: Studi Kasus Praktik Thrifting Pakaian Bekas Generasi Z di Yogyakarta*.
- Wibowo, S. (2025). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas (Studi Kasus pada Thrif Store Cadua Second di Wilayah Kec. Ambarawa, Kab. Semarang)*.
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). *Generasi Z sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru*, 90–99. Diambil dari <http://jurnal.usbykpk.ac.id/index.php/buanakomunikasi>
- Widodo, M., & Devica, S. (2022). *Pengaruh Price Sensitivity dan Environmentalism terhadap Purchase Intention pada Pakaian Thrift*, 06(02), 171–182. doi:10.24123/jbt.v6i2.5107
- Wikantara, I. (2025). *Peran Green Marketing, Kesadaran Lingkungan, dan Nilai Produk terhadap Perilaku Pembelian Konsumen UMKM Hijau di Kota Denpasar*, 1(2), 31–47.

Wulandari, F., Mursalin, S., & Stiawan, E. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada Masyarakat Kota Bengkulu)*, 10(204), 3984–4000. doi:10.30651/jms.v10i5.29542



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Tabulasi Data Responden

a. Data Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Domisili	Pekerjaan	Frekuensi Melakukan Thrifting/1 bulan
1	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
2	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
3	Laki-laki	22	Sleman	Mahasiswa	3-4 kali
4	Perempuan	20	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
5	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
6	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
7	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
8	Perempuan	20	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
9	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
10	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
11	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
12	Perempuan	24	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	3-4 kali
13	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	3-4 kali
14	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
15	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
16	Laki-laki	23	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
17	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
18	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali

<b>19</b>	Laki-laki	23	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>20</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>21</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>22</b>	Laki-laki	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>23</b>	Laki-laki	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>24</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>25</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>26</b>	Perempuan	22	Jakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>27</b>	Laki-laki	22	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>28</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>29</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>30</b>	Perempuan	20	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>31</b>	Laki-laki	23	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>32</b>	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>33</b>	Perempuan	17	Bantul	Pelajar	1-2 kali
<b>34</b>	Laki-laki	24	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>35</b>	Laki-laki	24	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>36</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>38</b>	Laki-laki	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>39</b>	Laki-laki	21	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>40</b>	Perempuan	25	Sleman	Swasta	1-2 kali
<b>41</b>	Perempuan	20	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali

<b>42</b>	Perempuan	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>43</b>	Perempuan	19	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>44</b>	Laki-laki	25	Bantul	Pembuat alat musik	1-2 kali
<b>45</b>	Perempuan	22	Sleman	Guru	3-4 kali
<b>46</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>47</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>48</b>	Laki-laki	23	Imogiri	Mahasiswa	1-2 kali
<b>49</b>	Perempuan	19	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>50</b>	Laki-laki	21	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>51</b>	Perempuan	27	Bantul	Dosen	3-4 kali
<b>52</b>	Perempuan	23	Sleman	kerjaaa	1-2 kali
<b>53</b>	Laki-laki	25	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>54</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>55</b>	Laki-laki	24	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>56</b>	Perempuan	21	Kota Yogyakarta	Front Office Hotel	1-2 kali
<b>57</b>	Perempuan	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>58</b>	Laki-laki	21	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>59</b>	Laki-laki	21	Bantul	Mahasiswa	3-4 kali
<b>60</b>	Perempuan	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>61</b>	Laki-laki	19	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>62</b>	Perempuan	19	Sleman	Mahasiswa	3-4 kali

<b>63</b>	Perempuan	19	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>64</b>	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>65</b>	Laki-laki	25	Bantul	karyawan	1-2 kali
<b>66</b>	Perempuan	19	Bantul	Mahasiswa	3-4 kali
<b>67</b>	Perempuan	23	Sleman	freelance	1-2 kali
<b>68</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>69</b>	Perempuan	27	Bantul	Freelancer	1-2 kali
<b>70</b>	Laki-laki	26	Bantul	Masyarakat	3-4 kali
<b>71</b>	Perempuan	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>72</b>	Laki-laki	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>73</b>	Perempuan	23	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>74</b>	Laki-laki	23	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>75</b>	Laki-laki	24	Kota Yogyakarta	Wirausaha	1-2 kali
<b>76</b>	Laki-laki	28	Bantul	Freelancer	1-2 kali
<b>77</b>	Laki-laki	20	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>78</b>	Perempuan	25	Kota Yogyakarta	Karyawan Swasta	1-2 kali
<b>79</b>	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>80</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>81</b>	Perempuan	19	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>82</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	3-4 kali

<b>83</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>84</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>85</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>86</b>	Laki-laki	21	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>87</b>	Perempuan	22	Bantul	designer	3-4 kali
<b>88</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	5-7 kali
<b>89</b>	Laki-laki	24	Bantul	info loker hehe	3-4 kali
<b>90</b>	Laki-laki	24	Kota Yogyakarta	Freelance	1-2 kali
<b>91</b>	Laki-laki	20	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>92</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>93</b>	Laki-laki	20	Bantul	Mahasiswa	5-7 kali
<b>94</b>	Perempuan	27	Bantul	Pelaku seni rupa	1-2 kali
<b>95</b>	Perempuan	24	Sleman	Pegawai	1-2 kali
<b>96</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>97</b>	Perempuan	23	Kulon Progo	Mahasiswa	1-2 kali
<b>98</b>	Laki-laki	23	Bantul	Pekerja	1-2 kali
<b>99</b>	Perempuan	21	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>100</b>	Perempuan	20	Bantul	Mahasiswa	3-4 kali
<b>101</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>102</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali

<b>103</b>	Laki-laki	24	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	3-4 kali
<b>104</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>105</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>106</b>	Laki-laki	27	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>107</b>	Laki-laki	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>108</b>	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>109</b>	Laki-laki	25	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>110</b>	Laki-laki	26	Bantul	Freelance	1-2 kali
<b>111</b>	Perempuan	19	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>112</b>	Perempuan	19	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>113</b>	Laki-laki	19	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>114</b>	Perempuan	27	Bantul	Freelance	1-2 kali
<b>115</b>	Perempuan	22	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>116</b>	Laki-laki	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>117</b>	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>118</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>119</b>	Perempuan	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>120</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	5-7 kali
<b>121</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>122</b>	Laki-laki	25	Bantul	Designer	1-2 kali
<b>123</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali

<b>124</b>	Perempuan	25	Bantul	Socmed Specialist	1-2 kali
<b>125</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>126</b>	Laki-laki	26	Bantul	pekerja	3-4 kali
<b>127</b>	Laki-laki	24	Kota Yogyakarta	desain produk	3-4 kali
<b>128</b>	Perempuan	23	Kota Yogyakarta	Desainer Interior	1-2 kali
<b>129</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	3-4 kali
<b>130</b>	Perempuan	28	Kota Yogyakarta	Freelancer	1-2 kali
<b>131</b>	Laki-laki	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>132</b>	Perempuan	21	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>133</b>	Perempuan	19	Sleman	Mahasiswa	3-4 kali
<b>134</b>	Perempuan	24	Bantul	Desainer Interior	1-2 kali
<b>135</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>136</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>137</b>	Perempuan	26	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>138</b>	Perempuan	19	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>139</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>140</b>	Perempuan	25	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>141</b>	Perempuan	20	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>142</b>	Perempuan	22	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali

<b>143</b>	Perempuan	24	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>144</b>	Laki-laki	22	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>145</b>	Laki-laki	23	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>146</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>147</b>	Perempuan	22	Kota Yogyakarta	freelancer	1-2 kali
<b>148</b>	Laki-laki	24	Sleman	Mahasiswa	1-2 kali
<b>149</b>	Perempuan	22	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>150</b>	Perempuan	20	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>151</b>	Laki-laki	22	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>152</b>	Perempuan	26	Bantul	Filmmaker	5-7 kali
<b>153</b>	Laki-laki	21	Kota Yogyakarta	Mahasiswa	1-2 kali
<b>154</b>	Perempuan	21	Bantul	Mahasiswa	1-2 kali
<b>155</b>	Laki-laki	25	Bantul	Pekerja lepas	1-2 kali

b. Akumulasi Jawaban Variabel Desain Produk (X1)

<b>No.</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>	<b>X1.6</b>	<b>X1.7</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	5	4	5	5	3	5	5	32
<b>2</b>	5	4	5	5	5	5	5	34
<b>3</b>	2	4	4	4	4	3	2	23
<b>4</b>	5	4	5	5	5	4	4	32
<b>5</b>	5	5	2	5	4	3	3	27
<b>6</b>	4	5	4	4	4	4	3	28

<b>7</b>	5	5	4	2	5	5	2	28
<b>8</b>	5	5	5	5	5	3	5	33
<b>9</b>	5	3	4	5	5	4	5	31
<b>10</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>11</b>	3	4	3	3	4	3	3	23
<b>12</b>	5	5	5	5	5	5	1	31
<b>13</b>	4	4	4	5	5	4	3	29
<b>14</b>	4	4	4	5	5	5	3	30
<b>15</b>	5	5	3	5	5	5	2	30
<b>16</b>	5	5	3	4	4	4	3	28
<b>17</b>	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>18</b>	4	3	3	5	4	5	5	29
<b>19</b>	5	3	3	5	4	4	3	27
<b>20</b>	3	4	4	4	4	3	4	26
<b>21</b>	5	5	4	4	5	4	3	30
<b>22</b>	4	4	3	4	3	3	3	24
<b>23</b>	4	4	4	5	4	4	4	29
<b>24</b>	5	4	5	5	3	3	3	28
<b>25</b>	5	3	1	5	5	3	5	27
<b>26</b>	3	3	4	4	4	3	3	24
<b>27</b>	3	3	4	4	3	3	4	24

<b>28</b>	4	4	3	4	2	3	3	23
<b>29</b>	2	3	1	4	4	4	4	22
<b>30</b>	4	4	2	4	4	4	4	26
<b>31</b>	5	5	4	5	4	4	4	31
<b>32</b>	3	4	4	4	3	5	3	26
<b>33</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>34</b>	5	3	3	5	3	4	1	24
<b>35</b>	4	4	4	4	4	4	3	27
<b>36</b>	1	1	3	3	4	2	5	19
<b>37</b>	4	4	4	4	3	3	3	25
<b>38</b>	5	3	4	5	5	3	5	30
<b>39</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>40</b>	5	3	3	5	4	4	3	27
<b>41</b>	5	3	3	4	5	4	2	26
<b>42</b>	3	4	3	4	4	4	4	26
<b>43</b>	5	5	5	5	5	5	3	33
<b>44</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>45</b>	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>46</b>	4	5	5	5	5	5	5	34
<b>47</b>	5	4	4	5	4	4	3	29
<b>48</b>	5	5	5	4	5	5	5	34

<b>49</b>	5	3	4	5	4	4	4	29
<b>50</b>	5	5	4	5	4	5	5	33
<b>51</b>	5	5	5	5	4	5	5	34
<b>52</b>	4	5	5	5	5	5	5	34
<b>53</b>	4	3	4	5	4	3	4	27
<b>54</b>	5	5	5	5	5	5	3	33
<b>55</b>	4	4	5	2	3	4	4	26
<b>56</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>57</b>	3	3	3	5	5	3	2	24
<b>58</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>59</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>60</b>	4	4	4	5	4	4	3	28
<b>61</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>62</b>	4	4	3	3	3	3	4	24
<b>63</b>	4	4	5	5	5	4	4	31
<b>64</b>	4	4	3	4	4	3	2	24
<b>65</b>	5	4	5	5	5	5	5	34
<b>66</b>	4	3	4	5	4	4	5	29
<b>67</b>	4	2	4	4	2	4	1	21
<b>68</b>	3	3	5	5	5	5	5	31
<b>69</b>	4	4	4	5	4	3	3	27

<b>70</b>	5	5	4	4	5	4	4	31
<b>71</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>72</b>	3	3	3	3	3	3	3	21
<b>73</b>	3	3	3	4	5	3	3	24
<b>74</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>75</b>	4	4	4	3	3	4	3	25
<b>76</b>	5	4	4	4	5	5	5	32
<b>77</b>	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>78</b>	5	5	5	5	5	5	4	34
<b>79</b>	5	4	5	5	5	5	2	31
<b>80</b>	5	5	5	5	5	5	2	32
<b>81</b>	3	3	4	5	5	4	3	27
<b>82</b>	5	5	5	2	3	5	4	29
<b>83</b>	3	5	3	3	3	4	3	24
<b>84</b>	4	4	4	5	5	5	3	30
<b>85</b>	5	4	3	5	4	4	4	29
<b>86</b>	5	5	5	4	5	5	3	32
<b>87</b>	5	4	4	5	5	5	3	31
<b>88</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>89</b>	4	4	3	5	4	3	2	25
<b>90</b>	5	4	3	4	4	4	3	27

<b>91</b>	5	5	5	5	5	5	3	33
<b>92</b>	5	2	5	5	3	5	2	27
<b>93</b>	4	4	4	4	3	4	3	26
<b>94</b>	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>95</b>	5	5	5	5	5	5	2	32
<b>96</b>	3	4	4	3	4	3	3	24
<b>97</b>	5	5	3	5	5	4	5	32
<b>98</b>	3	3	4	4	4	4	3	25
<b>99</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>100</b>	5	4	3	5	5	4	3	29
<b>101</b>	5	5	4	5	5	5	5	34
<b>102</b>	5	5	5	5	5	5	3	33
<b>103</b>	4	4	3	3	3	4	3	24
<b>104</b>	4	5	5	5	4	5	4	32
<b>105</b>	5	5	4	5	5	4	4	32
<b>106</b>	4	5	3	4	5	5	3	29
<b>107</b>	4	5	4	5	4	4	4	30
<b>108</b>	4	4	4	5	4	4	2	27
<b>109</b>	5	4	4	5	4	5	5	32
<b>110</b>	5	5	4	5	5	5	4	33
<b>111</b>	5	3	5	5	5	3	3	29

<b>112</b>	5	4	3	5	4	5	3	29
<b>113</b>	4	4	4	5	4	3	3	27
<b>114</b>	4	5	4	3	5	3	4	28
<b>115</b>	2	2	2	3	2	3	2	16
<b>116</b>	4	5	5	5	4	3	3	29
<b>117</b>	4	4	4	5	4	3	4	28
<b>118</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>119</b>	3	3	3	5	3	3	4	24
<b>120</b>	3	5	5	4	5	5	4	31
<b>121</b>	5	5	2	5	3	2	1	23
<b>122</b>	5	3	5	5	3	5	1	27
<b>123</b>	5	4	4	5	4	5	3	30
<b>124</b>	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>125</b>	4	4	3	4	3	3	3	24
<b>126</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>127</b>	5	5	5	5	5	4	2	31
<b>128</b>	5	5	5	4	5	3	4	31
<b>129</b>	5	5	3	5	5	5	1	29
<b>130</b>	5	5	3	5	5	5	3	31
<b>131</b>	5	5	5	5	5	5	4	34
<b>132</b>	4	3	5	5	4	1	2	24

<b>133</b>	5	5	5	4	5	3	3	30
<b>134</b>	5	4	4	4	4	4	4	29
<b>135</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>136</b>	5	5	4	5	3	5	3	30
<b>137</b>	4	4	3	5	5	4	4	29
<b>138</b>	4	4	5	5	4	5	4	31
<b>139</b>	3	3	3	5	3	3	3	23
<b>140</b>	5	5	3	4	3	4	4	28
<b>141</b>	4	4	1	1	3	3	3	19
<b>142</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>143</b>	2	2	3	2	2	3	3	17
<b>144</b>	5	5	4	5	5	4	4	32
<b>145</b>	5	5	5	3	5	4	2	29
<b>146</b>	5	4	5	5	5	4	2	30
<b>147</b>	4	4	4	4	4	4	2	26
<b>148</b>	4	4	5	3	5	5	3	29
<b>149</b>	4	5	5	5	4	4	4	31
<b>150</b>	5	5	4	2	4	4	1	25
<b>151</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>152</b>	5	5	5	5	5	5	5	35
<b>153</b>	4	5	5	5	4	5	4	32

<b>154</b>	3	4	4	4	4	4	4	27
<b>155</b>	3	5	3	3	3	5	3	25

c. Akumulasi Jawaban Variabel Kesadaran Lingkungan (X2)

<b>No.</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	3	5	5	5	18
<b>2</b>	4	3	3	4	14
<b>3</b>	3	4	3	3	13
<b>4</b>	2	3	2	3	10
<b>5</b>	3	4	4	5	16
<b>6</b>	2	5	2	3	12
<b>7</b>	4	5	3	5	17
<b>8</b>	3	5	2	2	12
<b>9</b>	3	4	3	4	14
<b>10</b>	3	5	4	4	16
<b>11</b>	4	4	5	4	17
<b>12</b>	3	3	4	4	14
<b>13</b>	5	5	3	3	16
<b>14</b>	1	3	3	3	10
<b>15</b>	3	5	3	4	15
<b>16</b>	3	4	3	4	14
<b>17</b>	2	4	2	4	12

<b>18</b>	3	5	3	5	16
<b>19</b>	3	4	4	3	14
<b>20</b>	3	5	4	3	15
<b>21</b>	2	4	3	5	14
<b>22</b>	3	4	3	3	13
<b>23</b>	4	5	4	3	16
<b>24</b>	3	5	4	4	16
<b>25</b>	1	5	5	3	14
<b>26</b>	3	4	4	3	14
<b>27</b>	3	5	4	3	15
<b>28</b>	5	5	2	2	14
<b>29</b>	2	4	3	3	12
<b>30</b>	3	4	4	4	15
<b>31</b>	4	3	4	2	13
<b>32</b>	4	5	5	5	19
<b>33</b>	3	5	3	4	15
<b>34</b>	3	5	4	3	15
<b>35</b>	3	5	3	5	16
<b>36</b>	3	3	1	1	8
<b>37</b>	4	5	5	5	19
<b>38</b>	5	4	4	4	17

<b>39</b>	4	4	3	5	16
<b>40</b>	4	5	4	5	18
<b>41</b>	3	4	4	4	15
<b>42</b>	3	4	4	4	15
<b>43</b>	1	1	1	5	8
<b>44</b>	4	5	5	4	18
<b>45</b>	4	4	4	4	16
<b>46</b>	4	5	5	5	19
<b>47</b>	4	3	4	3	14
<b>48</b>	4	5	4	5	18
<b>49</b>	4	5	3	5	17
<b>50</b>	4	4	3	3	14
<b>51</b>	5	1	4	5	15
<b>52</b>	3	4	4	5	16
<b>53</b>	5	4	5	5	19
<b>54</b>	3	5	4	4	16
<b>55</b>	2	4	2	3	11
<b>56</b>	3	5	3	3	14
<b>57</b>	5	2	3	3	13
<b>58</b>	3	5	3	5	16
<b>59</b>	4	5	5	4	18

<b>60</b>	3	2	4	4	13
<b>61</b>	3	5	5	5	18
<b>62</b>	3	4	3	4	14
<b>63</b>	4	4	5	5	18
<b>64</b>	4	5	3	3	15
<b>65</b>	4	4	4	4	16
<b>66</b>	2	4	3	3	12
<b>67</b>	3	4	4	3	14
<b>68</b>	4	4	4	5	17
<b>69</b>	3	5	3	3	14
<b>70</b>	3	4	3	4	14
<b>71</b>	5	5	5	5	20
<b>72</b>	3	5	5	5	18
<b>73</b>	4	5	4	5	18
<b>74</b>	4	5	4	3	16
<b>75</b>	4	4	4	4	16
<b>76</b>	4	4	3	3	14
<b>77</b>	5	5	5	5	20
<b>78</b>	4	5	5	5	19
<b>79</b>	5	5	3	4	17
<b>80</b>	2	4	3	4	13

<b>81</b>	3	4	3	4	14
<b>82</b>	4	4	4	3	15
<b>83</b>	3	4	4	5	16
<b>84</b>	3	4	3	5	15
<b>85</b>	4	4	3	3	14
<b>86</b>	3	4	4	4	15
<b>87</b>	4	3	3	2	12
<b>88</b>	2	4	3	5	14
<b>89</b>	3	5	5	5	18
<b>90</b>	2	2	3	3	10
<b>91</b>	4	5	4	5	18
<b>92</b>	3	4	4	3	14
<b>93</b>	3	3	4	4	14
<b>94</b>	4	4	4	5	17
<b>95</b>	5	5	4	4	18
<b>96</b>	3	4	3	3	13
<b>97</b>	4	4	4	5	17
<b>98</b>	4	4	3	4	15
<b>99</b>	2	5	3	5	15
<b>100</b>	4	5	4	4	17
<b>101</b>	4	4	3	4	15

<b>102</b>	3	4	3	4	14
<b>103</b>	3	5	3	5	16
<b>104</b>	3	4	4	5	16
<b>105</b>	3	5	3	4	15
<b>106</b>	1	2	2	2	7
<b>107</b>	4	4	5	4	17
<b>108</b>	4	5	5	3	17
<b>109</b>	4	4	4	4	16
<b>110</b>	5	5	5	5	20
<b>111</b>	3	4	3	4	14
<b>112</b>	3	4	4	5	16
<b>113</b>	3	4	4	4	15
<b>114</b>	4	5	4	4	17
<b>115</b>	3	5	2	3	13
<b>116</b>	3	5	4	5	17
<b>117</b>	3	4	4	4	15
<b>118</b>	4	5	4	4	17
<b>119</b>	3	5	5	4	17
<b>120</b>	3	5	4	5	17
<b>121</b>	4	5	5	3	17
<b>122</b>	1	5	2	5	13

<b>123</b>	5	4	3	3	15
<b>124</b>	4	4	4	3	15
<b>125</b>	4	5	4	3	16
<b>126</b>	4	5	4	5	18
<b>127</b>	4	5	3	4	16
<b>128</b>	3	4	4	5	16
<b>129</b>	5	5	5	5	20
<b>130</b>	3	4	4	3	14
<b>131</b>	4	5	4	4	17
<b>132</b>	5	5	5	5	20
<b>133</b>	5	5	4	4	18
<b>134</b>	2	4	3	4	13
<b>135</b>	4	5	4	5	18
<b>136</b>	3	5	3	3	14
<b>137</b>	4	5	5	5	19
<b>138</b>	4	4	3	4	15
<b>139</b>	4	5	3	4	16
<b>140</b>	3	3	4	4	14
<b>141</b>	5	5	5	2	17
<b>142</b>	3	5	5	4	17
<b>143</b>	5	3	3	3	14

<b>144</b>	4	4	4	4	16
<b>145</b>	5	5	5	5	20
<b>146</b>	4	5	4	5	18
<b>147</b>	4	4	4	4	16
<b>148</b>	4	5	4	5	18
<b>149</b>	4	5	4	4	17
<b>150</b>	2	5	5	4	16
<b>151</b>	3	5	4	5	17
<b>152</b>	5	5	4	5	19
<b>153</b>	4	5	4	4	17
<b>154</b>	4	5	3	3	15
<b>155</b>	3	5	3	3	14

d. Akumulasi Jawaban Variabel Kesadaran Lingkungan

<b>No.</b>	<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>	<b>Y5</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	5	4	4	3	3	19
<b>2</b>	4	3	5	4	5	21
<b>3</b>	2	2	3	3	3	13
<b>4</b>	4	1	3	2	4	14
<b>5</b>	5	3	5	4	4	21
<b>6</b>	5	1	3	2	4	15
<b>7</b>	4	2	2	2	4	14

<b>8</b>	5	1	2	1	3	12
<b>9</b>	4	3	5	3	4	19
<b>10</b>	5	3	3	5	5	21
<b>11</b>	5	3	3	3	4	18
<b>12</b>	2	2	5	2	5	16
<b>13</b>	5	3	4	2	5	19
<b>14</b>	3	2	4	1	4	14
<b>15</b>	5	4	5	5	5	24
<b>16</b>	4	3	3	4	5	19
<b>17</b>	4	3	3	4	4	18
<b>18</b>	3	2	3	2	5	15
<b>19</b>	4	2	3	2	4	15
<b>20</b>	4	4	3	3	4	18
<b>21</b>	5	1	3	5	5	19
<b>22</b>	4	3	4	3	3	17
<b>23</b>	5	3	3	4	3	18
<b>24</b>	2	4	2	3	4	15
<b>25</b>	5	3	2	4	5	19
<b>26</b>	3	3	3	2	4	15
<b>27</b>	3	2	3	3	3	14
<b>28</b>	4	3	1	2	4	14

<b>29</b>	4	4	4	4	4	20
<b>30</b>	4	2	4	2	4	16
<b>31</b>	5	3	3	3	5	19
<b>32</b>	4	2	5	4	5	20
<b>33</b>	5	3	5	4	5	22
<b>34</b>	4	3	3	4	5	19
<b>35</b>	4	3	4	4	4	19
<b>36</b>	4	2	1	4	2	13
<b>37</b>	4	2	4	4	3	17
<b>38</b>	5	2	1	3	3	14
<b>39</b>	5	4	5	4	5	23
<b>40</b>	5	3	4	3	5	20
<b>41</b>	4	2	4	2	4	16
<b>42</b>	4	3	3	3	4	17
<b>43</b>	5	4	5	3	2	19
<b>44</b>	5	5	4	5	5	24
<b>45</b>	4	4	4	3	3	18
<b>46</b>	4	5	5	5	5	24
<b>47</b>	4	2	3	3	4	16
<b>48</b>	5	3	5	3	5	21
<b>49</b>	4	3	3	4	4	18

<b>50</b>	5	3	3	3	4	18
<b>51</b>	4	4	5	4	5	22
<b>52</b>	5	5	5	5	5	25
<b>53</b>	4	3	2	2	4	15
<b>54</b>	4	2	3	2	5	16
<b>55</b>	4	1	1	1	3	10
<b>56</b>	5	2	3	2	5	17
<b>57</b>	3	1	3	4	4	15
<b>58</b>	5	3	5	3	5	21
<b>59</b>	5	3	2	2	4	16
<b>60</b>	4	4	3	3	3	17
<b>61</b>	5	2	3	3	5	18
<b>62</b>	5	4	4	4	4	21
<b>63</b>	5	4	4	4	4	21
<b>64</b>	3	2	2	3	2	12
<b>65</b>	5	4	5	2	5	21
<b>66</b>	4	4	2	3	4	17
<b>67</b>	4	2	4	2	4	16
<b>68</b>	5	5	5	5	5	25
<b>69</b>	4	2	2	2	5	15
<b>70</b>	4	2	3	2	5	16

<b>71</b>	5	2	4	4	5	20
<b>72</b>	3	3	3	3	3	15
<b>73</b>	4	1	2	2	2	11
<b>74</b>	5	4	4	5	4	22
<b>75</b>	4	3	3	3	3	16
<b>76</b>	4	3	4	3	4	18
<b>77</b>	4	4	4	4	4	20
<b>78</b>	4	3	3	2	4	16
<b>79</b>	5	2	3	3	4	17
<b>80</b>	5	2	4	2	5	18
<b>81</b>	3	3	2	3	4	15
<b>82</b>	4	2	2	3	4	15
<b>83</b>	3	2	4	3	3	15
<b>84</b>	5	1	1	2	1	10
<b>85</b>	4	2	2	1	3	12
<b>86</b>	5	2	5	5	5	22
<b>87</b>	4	3	3	2	5	17
<b>88</b>	5	3	5	3	5	21
<b>89</b>	5	3	5	3	4	20
<b>90</b>	4	3	3	3	3	16
<b>91</b>	5	2	3	3	5	18

<b>92</b>	4	1	5	1	5	16
<b>93</b>	5	3	3	2	4	17
<b>94</b>	4	4	4	4	4	20
<b>95</b>	4	3	3	3	5	18
<b>96</b>	4	3	3	3	4	17
<b>97</b>	5	3	4	3	4	19
<b>98</b>	3	2	2	2	3	12
<b>99</b>	5	3	5	3	5	21
<b>100</b>	4	3	4	3	4	18
<b>101</b>	5	2	5	3	5	20
<b>102</b>	5	5	5	4	5	24
<b>103</b>	5	3	2	3	4	17
<b>104</b>	5	4	4	5	5	23
<b>105</b>	5	2	4	3	4	18
<b>106</b>	3	2	3	2	3	13
<b>107</b>	4	4	5	4	4	21
<b>108</b>	4	2	4	3	5	18
<b>109</b>	4	3	3	2	3	15
<b>110</b>	5	3	5	4	5	22
<b>111</b>	5	4	4	4	5	22
<b>112</b>	4	3	3	4	5	19

<b>113</b>	4	3	4	4	4	19
<b>114</b>	5	3	5	3	5	21
<b>115</b>	4	2	4	2	2	14
<b>116</b>	4	3	4	2	2	15
<b>117</b>	5	4	3	3	4	19
<b>118</b>	5	5	5	4	5	24
<b>119</b>	4	2	2	2	4	14
<b>120</b>	4	5	5	4	5	23
<b>121</b>	4	2	3	3	4	16
<b>122</b>	5	1	5	1	1	13
<b>123</b>	5	2	3	4	4	18
<b>124</b>	4	3	4	4	4	19
<b>125</b>	4	3	3	3	4	17
<b>126</b>	4	2	5	2	5	18
<b>127</b>	5	3	3	4	5	20
<b>128</b>	5	2	5	3	5	20
<b>129</b>	5	3	5	3	3	19
<b>130</b>	4	1	5	3	5	18
<b>131</b>	5	4	4	4	4	21
<b>132</b>	3	3	2	1	5	14
<b>133</b>	4	3	3	4	3	17

<b>134</b>	5	3	4	4	4	20
<b>135</b>	5	4	5	5	5	24
<b>136</b>	4	3	3	3	4	17
<b>137</b>	5	4	3	4	4	20
<b>138</b>	4	2	2	2	4	14
<b>139</b>	4	3	3	3	5	18
<b>140</b>	5	2	4	2	4	17
<b>141</b>	3	2	2	2	2	11
<b>142</b>	5	3	3	1	4	16
<b>143</b>	3	3	3	3	3	15
<b>144</b>	5	3	5	4	4	21
<b>145</b>	5	2	1	2	5	15
<b>146</b>	5	4	4	4	5	22
<b>147</b>	5	2	3	2	4	16
<b>148</b>	4	3	3	3	4	17
<b>149</b>	4	4	4	5	5	22
<b>150</b>	5	3	4	2	2	16
<b>151</b>	5	3	5	3	5	21
<b>152</b>	5	4	4	4	5	22
<b>153</b>	4	4	4	4	5	21
<b>154</b>	5	3	3	3	3	17

155	4	2	2	2	5	15
-----	---	---	---	---	---	----



## Lampiran 2. Hasil Uji Validitas

### a. Variabel Desain Produk (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.527**	.366**	.419**	.427**	.455**	.112	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.164	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
X1.2	Pearson Correlation	.527**	1	.385**	.143	.435**	.468**	.196*	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.076	.000	.000	.015	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
X1.3	Pearson Correlation	.366**	.385**	1	.314**	.413**	.459**	.260**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
X1.4	Pearson Correlation	.419**	.143	.314**	1	.428**	.283**	.217**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.076	.000		.000	.000	.007	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
X1.5	Pearson Correlation	.427**	.435**	.413**	.428**	1	.410**	.307**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
X1.6	Pearson Correlation	.455**	.468**	.459**	.283**	.410**	1	.272**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
X1.7	Pearson Correlation	.112	.196*	.260**	.217**	.307**	.272**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.164	.015	.001	.007	.000	.001		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL	Pearson Correlation	.691**	.668**	.694**	.591**	.725**	.715**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155

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

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

b. Variabel Kesadaran Lingkungan (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.215**	.397**	.107	.651**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.184	.000
	N	155	155	155	155	155
X2.2	Pearson Correlation	.215**	1	.323**	.221**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.006	.000
	N	155	155	155	155	155
X2.3	Pearson Correlation	.397**	.323**	1	.374**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155
X2.4	Pearson Correlation	.107	.221**	.374**	1	.636**
	Sig. (2-tailed)	.184	.006	.000		.000
	N	155	155	155	155	155
TOTAL	Pearson Correlation	.651**	.633**	.777**	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155

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

c. Variabel Minat Beli (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.201*	.280**	.255**	.232**	.526**
	Sig. (2-tailed)		.012	.000	.001	.004	.000
	N	155	155	155	155	155	155
Y.2	Pearson Correlation	.201*	1	.359**	.564**	.253**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000	.001	.000
	N	155	155	155	155	155	155
Y.3	Pearson Correlation	.280**	.359**	1	.376**	.342**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155
Y.4	Pearson Correlation	.255**	.564**	.376**	1	.317**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155
Y.5	Pearson Correlation	.232**	.253**	.342**	.317**	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155
TOTAL	Pearson Correlation	.526**	.716**	.728**	.759**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155

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

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

### Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas

- a. Variabel Desain Produk (X1)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	155	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	155	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

- b. Variabel Kesadaran Lingkungan (X2)

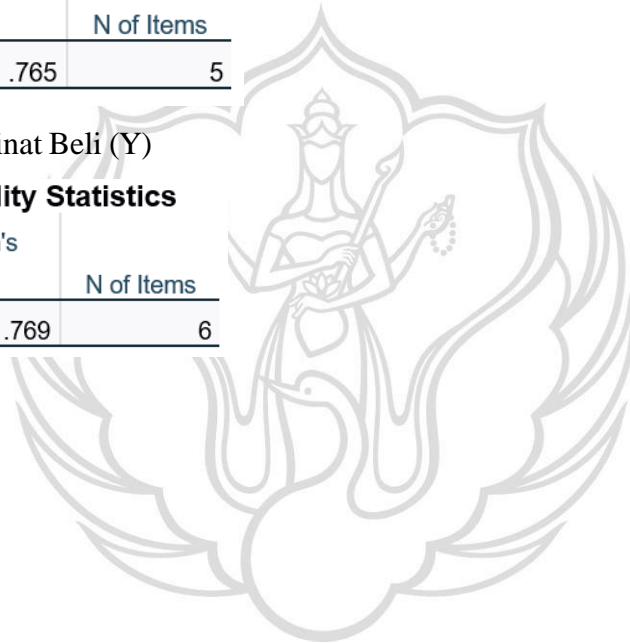
#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.765	5

- c. Variabel Minat Beli (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.769	6



#### Lampiran 4. Hasil Uji Linearitas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI *	Between	(Combined)	536.726	17	31.572	4.064	.000
DESAIN	Groups	Linearity	449.746	1	449.746	57.896	.000
PRODUK		Deviation from Linearity	86.980	16	5.436	.700	.790
Within Groups			1064.242	137	7.768		
Total			1600.968	154			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI *	Between	(Combined)	228.929	12	19.077	1.974	.031
KESADARAN	Groups	Linearity	156.461	1	156.461	16.193	.000
LINGKUNGAN		Deviation from Linearity	72.468	11	6.588	.682	.754
Within Groups			1372.039	142	9.662		
Total			1600.968	154			



## Lampiran 5. Lembar Konsultasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
 INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
 FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
 Jl. Parangtritis Km. 6,5 90274) 381590, Yogyakarta 55001  
 Laman.www.fsr.isi.ac.id

TA.02

### LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN

Nama : MARIA SANTISSIMA TRINDADE BORROMEU  
 NIM : 2210257027  
 Jurusan/Program Studi : DESAIN PRODUK  
 Pembimbing I / II \*) : RAHMAYAN DWI PRASETYA, S.Sn, M.Si  
 Semester : Gasal/Genap \*) Tahun Akademik : 2026  
 Judul Tugas Akhir : PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KESADARAN LINGKUNGAN  
 TERHADAP MINAT BELI APPAREL TURJUTING GENERASI Z

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
18/2/2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Konsultasi timeline dan jadwal konsultasi</li> <li>&gt; Skema revisi</li> </ul>	
20/2/2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Revisi latar belakang &amp; tinjauan pustaka</li> <li>&gt; Research referensi bacaan</li> </ul>	
23/2/2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Revisi timeline</li> <li>&gt; Research alat ukur dan jurnal ferdahulu</li> </ul>	
13/3/2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Penentuan alat ukur variabel</li> <li>&gt; Skema metode penelitian</li> </ul>	

\*) coret yang tidak perlu



LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN

Nama : MARIA.SANTISSIMA.TRINDADE.BORROMEU.....  
NIM : 2210257027.....  
Jurusan/Program Studi : DESAIN.PRODUK.....  
Pembimbing I / II \*) : RAHMAWAN.DWI.PRASETYA...S.Sn.,M.Si.....  
Semester : Gasal/Genap \*) Tahun Akademik : 2026.....  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH...DESAIN PRODUK DAN KESADARAN LINGKUNGAN  
TERHADAP MINAT BELI APPAREL THRIFTING GENERASI Z.....

20/2

23/2

13

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
02/03/2025	Saran pemilihan metode penelitian	
16/03/2026	- persiapan alat ukur variabel - kumpulan literatur variabel "Desain produk"	
30/03/2026	- selesai dan timeline yg telah di submit - lanjut ke pengisian alat ukur	
07/04/2026	- Cari alat ukur yg sdh siap pakai ke lingkungan kerja	
19/04/2026	- Perhalusan definisi operasional variabel yg digunakan - adaptasi kuisioner ke dalam Gform	
20/04/2025	- Fiksasi kuisioner - Penentuan timeline distribusi kuisioner	
27/04/2026	- lanjut ke penyebaran kuisioner	

\*) coret yang tidak perlu



LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN

Nama : MARIA SANTISSIMA TEINDARE BORROMEU.....  
NIM : 2202257022.....  
Jurusan/Program Studi : DESAIN PRODUK.....  
Pembimbing I / (#\*) : RAHMAWAN DWI PRASETA S.Sn.....  
Semester : Gasal/Genap \*) Tahun Akademik : 2026.....  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH...DESAIN...PRODUK...DAN...KESADARAN...LINGKUNGAN...  
TEHADAP...MINAT...BELI...PRODUK...APARTEL...THRIFTING...GENERASI Z.....

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
11/4/2026	Persiapan berkas kolokium Final revisi isi konten	
21/4/2026	KOLOKIUUM	
25/5/2026	Pengumpulan final berkas kolokium, persiapan sidang	

\*) coret yang tidak perlu



LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN

Nama : MARIA SANTISSIMA TRIHDADE BORROMEU  
NIM : 2210253027  
Jurusan/Program Studi : DESAIN PRODUK  
Pembimbing I / II \*) : SEKAP ADITA, S.Sn, M.Sn  
Semester : Gasal/Genap \*) Tahun Akademik : 2024  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KESADARAN LINGKUNGAN  
TERHADAP MINAT BELI APPAREL THRIFTING GENERASI Z

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
18/2/2024	> Penentuan timeline konsultasi dan skema revisi	
20/2/2024	> Revisi BAB 1 & 2	
23/2/2024	> Research jurnal terdahulu dan bacaan"	
13/3/2024	> Pembahasan alat ukur variabel, alur metode penelitian	

\*) coret yang tidak perlu



**LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN**

Nama : MARIA SANTISSIMA TRINDADE BORROMEU.....  
NIM : 2210257027.....  
Jurusan/Program Studi : DESAIN PRODUK.....  
Pembimbing+ / II \*) : SEKAR ADITA, S.Sn., M.Sn.....  
Semester : Gasal/Genap \*) Tahun Akademik : 2026.....  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KESADARAN LINGKUNGAN  
TERHADAP MINAT BELI APPAREL THRIFTING GENERASI Z.....

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
13/03/2026	Perubahan metode penelitian berdasarkan berbagai pertimbangan (mixed method → kuantitatif). Saran penentuan variabel dependen dan independen.	
16/03/2026	Review variabel dependen dan independen Penentuan alat ukur variabel	
29/03/2026	Pembaharuan timeline penyebaran kuesioner	
30/03/2026	Konsultasi alat ukur	
10/4/2026	Penyusunan alat ukur variabel Adaptasi kuesioner untuk diterapkan pada penelitian	
20/4/2026	Konsultasi butir pertanyaan kuesioner Persiapan distribusi kuesioner 100 responden	
27/4/2026	Penyebaran kuesioner Update timeline	

\*) coret yang tidak perlu



**LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN**

Nama : MARIA SANTISSIMA TRINDADE BORRONEU  
NIM : 2210257027  
Jurusan/Program Studi : DESAIN PRODUK  
Pembimbing I/ II \*) : SEKA ADITA, S.Sn, M.Sn  
Semester : Gasal/Genap \*) Tahun Akademik : 2026  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KESADARAN LINGKUNGAN  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK APAREL THRIFTEKS GENERASI Z

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
11/4/2026	Kelengkapan berkas kolokium dan isi konten proposal	
21/4/2026	KOLOKSIUM	
25/5/2026	pengumpulan final berkas kolokium, persiapan sidang	

\*) coret yang tidak perlu

## Lampiran 6. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

Jalan Parangtritis Km. 6,5 Kotak Pos 1210 Yogyakarta 55001  
Telepon (0274) 381590 Laman [www.fsr.isi.ac.id](http://www.fsr.isi.ac.id)

Nomor : 181/DST/IT4.2/PP/2026  
Tanggal : 13 Maret 2026  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian Tugas Akhir

Yth. Bapak/Ibu Kepala Tempat-tempat Thrifting di  
Yogyakarta  
Daerah-daerah di Provinsi Daerah Istimewa  
Yogyakarta.

Dengan hormat,  
Pimpinan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta dengan ini  
memberitahukan bahwa yang bersangkutan di bawah ini :

Nama : Maria Santissima Trindade Borromeu  
NIM : 2210257027  
Program Studi : S1 Desain Produk  
Alamat : Jl. Mangunoneng, Cabelan, Panggungharjo, Sewon, Bantul  
No. HP : 082340631668  
Alamat Tujuan : Daerah-daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta  
bermaksud melakukan : Izin Penelitian Tugas Akhir  
Data yang diperlukan : Survey, wawancara, observasi dan gambar kerja (blue print)  
Mata Kuliah / Judul : Pengaruh Desain Produk dan Kepekaan Lingkungan  
Terhadap Minat Beli Apparel Thrifting Generasi Z  
Yogyakarta  
Waktu : 15 - 29 Maret 2026  
Jumlah Anggota Tim : 1 orang

Sehubungan dengan itu, kami mohon agar kepada yang bersangkutan dapat diberi bantuan  
seperlunya guna tercapainya tujuan tersebut.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Perencanaan



Dr. Bede Arya Sucitra, S.Sn., M.A.  
NIP.19800708 200604 1 002

## Lampiran 7. Dokumen Pendukung (Pengantar Kuesioner)

### KUESIONER PENELITIAN

Alohaaa teman-teman! Semoga kita semua dalam keadaan sehat dan baik, yaaa 🤍

Terima kasih sebelumnya sudah meluangkan waktu untuk mengklik link kuesioner ini dan berkenan untuk mengisinya. Perkenalkan nama saya Maria Santissima Trindade Borromeu. Saya adalah seorang mahasiswa S1 Jurusan Desain Program Studi Desain Produk, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang saat ini sedang menempuh Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Desain Produk terhadap Minat Beli *Apparel Thrifting* Generasi Z”.

Lalu, apabila teman-teman memenuhi kriteria dari beberapa poin berikut, boleh minta tolong untuk bantu mengisi kuesioner ini, yaa. Teman-teman hanya perlu meluangkan waktu sekitar kurang lebih sekitar 5 menit untuk mengisinya. Bagi 10 responden yang beruntung nanti, akan mendapatkan saldo OVO/GOPAY/SHOPPEEPAY/DANA. Jadi, pastikan kamu mengisinya sampai selesai dan jangan lewatkan kesempatan tersebut, yaa! 🥳

#### Kriteria responden kuesioner:

- Generasi Z yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu mereka yang berada pada rentang kelahiran 1997 - 2012 (berumur 14-29 tahun per tahun ini)
- Pernah melakukan aktivitas *thrifting* berupa produk-produk *apparel*, seperti kaos, kemeja, jaket, celana, sepatu, hingga aksesoris seperti tas, topi, dan ikat pinggang di toko-toko *thrifting* yang ada di Yogyakarta
- 

Teman-teman cukup memberikan salah satu pilihan pada jawaban yang sesuai dengan keadaan saat ini. Adapun kriteria penilaian dapat dilihat pada keterangan berikut.

- Sangat Tidak Setuju (1)
- Tidak Setuju (2)
- Netral (3)
- Setuju (4)
- Sangat Setuju (5)

Maka dari itu, sehubungan dengan maksud di atas, saya selaku penulis sangat mengharapkan bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i/Kakak/Adik dan teman-teman sekalian untuk menjawab butir-butir pertanyaan kuesioner tersebut 🙏

Kemudian, apabila teman-teman menemukan kendala selama pengisian kuesioner atau ada hal yang sekiranya perlu ditanyakan, jangan sungkan untuk langsung menghubungi saya melalui kontak berikut, yaaa.

Whatsapp - 082340631668 (chat only)

## 2. Variabel Desain Produk

No.	Butir Pertanyaan Jurnal Terdahulu	Butir Pertanyaan Adaptasi
1	Saya membeli jamu/obat herbal karena bentuk kemasan sesuai dengan keinginan	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena potongan dan jenis pakaianya sesuai dengan keinginan
2	Saya membeli jamu/obat herbal karena membantu masalah kesehatan	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena desainnya fungsional untuk aktivitas sehari-hari
3	Saya membeli jamu/obat herbal karena sudah terstandarisasi BPOM	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena perpaduan warna dan motifnya rata-rata masih cerah/menarik sehingga layak pakai
4	Saya membeli jamu/obat herbal karena tidak cepat kadaluarsa	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena tampilan visualnya khas/tidak pasaran
5	Saya membeli jamu/obat herbal karena khasiatnya	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena desain pakaian dan materialnya
6	Saya membeli jamu/obat herbal karena kemasannya mudah diperbaiki	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena kombinasi desainnya mudah dipadu-padankan dengan pakaian yang lain
7	Saya membeli jamu/obat herbal karena sesuai dengan pola gaya hidup sehat	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena modelnya sesuai dengan tren gaya hidup fesyen saat ini

### 3. Variabel Minat Beli

No.	Butir Pertanyaan Jurnal Terdahulu	Butir Pertanyaan Adaptasi
1	Saya membeli jamu/obat herbal karena saya menginginkan produk tersebut	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena saya menginginkan produk tersebut
2	Saya membeli jamu/obat herbal karena saya ingin mereferensikannya kepada orang lain	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena saya ingin mereferensikannya kepada orang lain
3	Saya membeli jamu/obat herbal karena alternatif kesehatan terbaik	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena merupakan alternatif pemenuhan kebutuhan sandang terbaik
4	Saya membeli jamu/obat herbal karena saya mencari informasi produk tersebut	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena saya mencari informasi produk tersebut
5	Saya membeli jamu/obat herbal karena sesuai minat kesehatan	Saya membeli produk <i>apparel thrifting</i> karena sesuai dengan minat fesyen saya



## Lampiran 8. Dokumentasi Observasi Lokasi Penelitian



## Lampiran 9. Biodata Penulis



**Maria Santissima Trindade Borrromeu**  
PRODUCT DESIGN STUDENT,  
WRITER

+62 8234 0631 668    santissimaborromeu@gmail.com    LinkedIn: Maria Santissima Trindade    Bantul, Yogyakarta

### EDUCATION

#### Indonesian Institute of the Arts Yogyakarta

Faculty of Fine Arts and Design,  
Product Design Major (GPA 3.5)

2022 - now

#### Cor Jesu Senior High School

Science Major

2019 - 2022

### TECHNICAL SKILLS

- Microsoft Office - advanced
- Mastering the use of social media
- Managing organizational activities/committees
- Producing and writing articles

### PERSONAL SKILLS

- Discipline and responsible
- Communicative and agile
- Innovative and initiative
- Team/individual cooperation, leadership

### LANGUAGE

Bahasa (Proficient)

English (Intermediate)

### ABOUT ME

Hai everyone, I'm Santi! As a Product Design student, I am always looking for new challenges to continue to develop and innovate. I have a high curiosity about new things and always want to learn new things around me. I also have experience in working in a team or individually on various projects in school and campus organizations with a full sense of responsibility. I enjoy being active in the world of art and also the world of writing. Therefore, I try to always be updated on issues around art and things that happen around me to be poured into writing. I have a strong determination and passion to be able to continue to grow and I am sure I can make a meaningful contribution to many people around me.

### ORGANIZATION

<b>Product Design Student Association (TITIK.ID)</b> Head of Public Relations Division	2023 - now
<b>ISI Yogyakarta Student Press (LPM Pressisi)</b> General Manager, Editorial Team, Journalist	2023 - now
<b>Congress of the Association of Indonesian Product Design Students (HADEPAN)</b> ISI Yogyakarta Delegation	2023 - now
<b>Asana Bina Seni - Biennale Jogja Internship Program</b> Media Division	July - Sept, 2024
<b>HKTY Pugeran Church Lector Association</b> Lector, Media Division	March, 2025 - now
<b>Indonesia Design Development Center (IDDC) Internship Team</b> Assistant Designer	July - September, 2025
<b>Biennale Jogja 18</b> Media Division	July - November, 2025

### COMPETITION

**2nd Place in East Java Short Story Writing Competition at Festival Literasi Bahasa & Sastra**  
Held by Universitas Negeri Malang (UM) 2021

**2nd Place in National Short Story Creation at Pekan Bahasa dan Sastra**  
Held by Universitas Sanata Dharma 2021

2nd Place in the PEKSIMIKAM ISI Jogja Short Story Creation Competition

Winner of the Most Inspirational Easter Week Video Competition Category by Baciro Church Jogja

## COMMITTEE & VOLUNTEER

**Mentoring Committee for Study Guidance for Fine Arts Portfolio by ISI Jogja Product Design Students** 2023  
Mentor, Speaker

**ADPII (INDONESIAN INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN ASSOCIATION) Talkshow at PDIN** May, 2023  
Organizing Committee Member

**International Design Thinking Workshop (Hannover University x ISI Yogyakarta)** May, 2024  
Participant

**Student Press Jogja Collab with PAARI by Anang Saptoto - Biennale Jogja 17** November, 2023  
Journalist

**Student Press ISI Jogja Basic Level Journalism Training Committee** September, 2023  
Chief Executive, MC

**Speaker at the High School Visitation Event from SMA Negeri 1 Ngoro to ISI Jogja** 2024  
Representing ISI Jogja Press

**Primo Temporis #2 Exhibition by ISI Yogyakarta Product Design Students Class of 2022** March, 2024  
Submitor, Head of Public Relations Division, Master of Ceremony

**Journalism Writing Class by ISI Jogja Press** May, 2024  
Chairman of the committee

**Industrial Product Design Workshop by UNJAYA Industrial Engineering students** Nov, 2023  
Speaker's Assistant

**Active Writer (Editorial Team) LPM Pressisi ISI Jogja Daily Web** 2022 - now

**Sewon Internastional Industrial Desing Fair (SIIDEF) Committee** Sept, 2024  
Runner

**Program of Orientation to Campus Life for New Students (Faculty of Design and Fine Arts ISI Yogyakarta)** July, 2024  
Head of Module Division

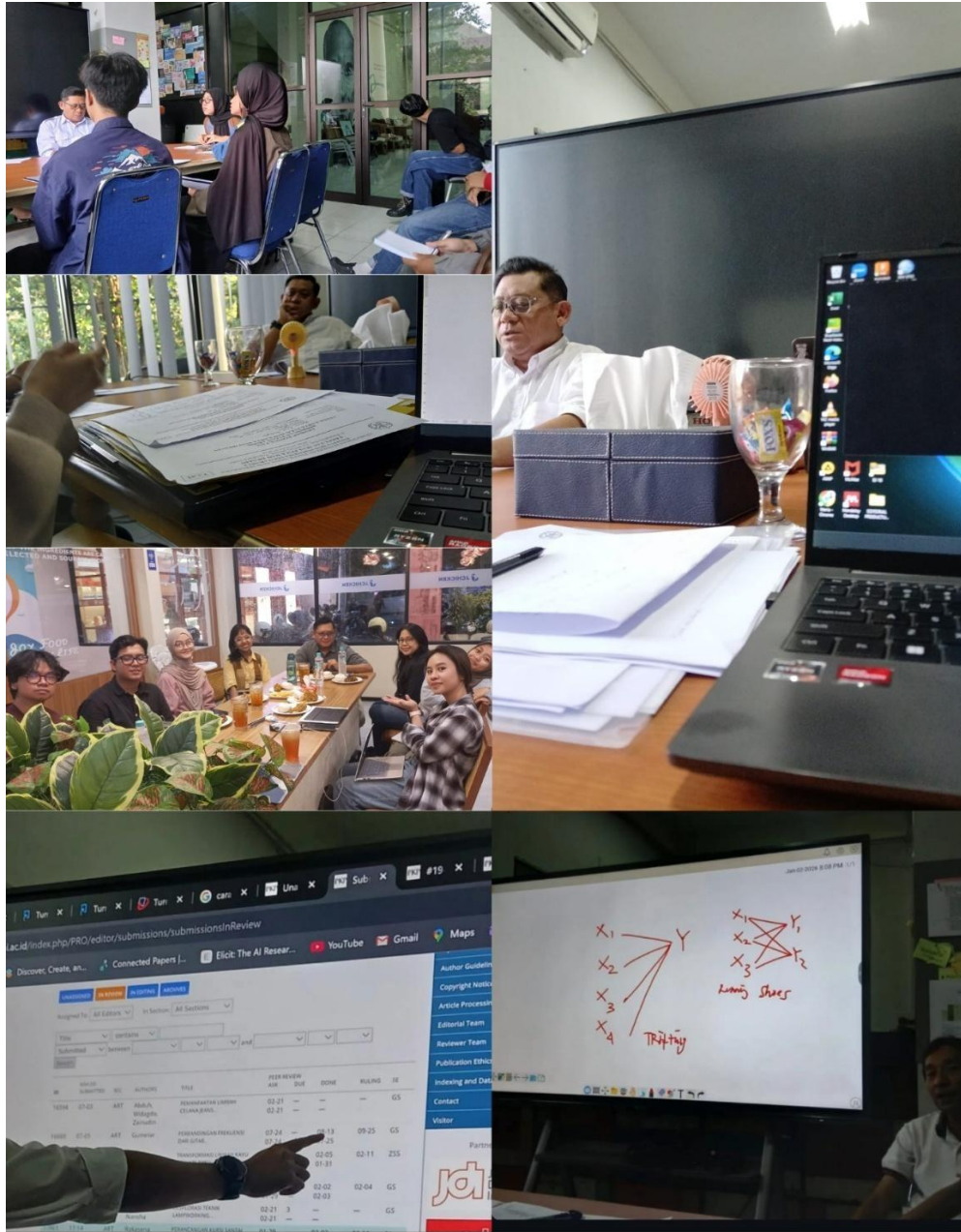
**ISI Yogyakarta Product Design Grand Exhibition (Dekret #3)** Feb, 2025  
Head of Public Relation Division

**Active Writer of Literary Platform on Instagram @mediakepi** Feb, 2025 - now

**Desprologytalk #3 held by TITIK.ID** April, 2025  
MC

**Congress of the Association of Indonesian Product Design Students (HADEPAN)** May, 2025  
ISI Yogyakarta Delegation, Chairman of the Congress

## Lampiran 10. Dokumentasi Konsultasi



## Lampiran 11. Dokumentasi Pameran

