



**Pengaruh *E-Commerce*, Kualitas Produk dan Promosi terhadap  
Keputusan Pembelian  
(Studi pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh :**

**Khabibuddin Al Ghoribi**

**NIM. 14020214140133**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2018**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khabibuddin Al Ghoribi  
NIM : 14020214140133  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh *E-Commerce*, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)**

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 25 April 2018

Pembuat Pernyataan,

Khabibuddin Al Ghoribi

NIM. 1402021414133



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)**

Nama Penyusun : Khabibuddin Al Ghoribi

NIM : 14020214140133

Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1**

Semarang, September 2018

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si

NIP. 196607271992031001

NIP. 196105101989021002

### Dosen Pembimbing

1. Drs. Handojo Djoko W, M.Si

(.....)

### Dosen Penguji

1. Dr. Widiartanto, S.Sos, MAB

(.....)

2. Dinalestari Purbawati, S.E, M.Si, Ak

(.....)

3. Drs. Handojo Djoko W, M.Si

(.....)

**Motto**

*“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sampai kaum tersebut merubah dirinya sendiri”*

***QS Ar Ra'du: 11***

*“Batasanmu hanyalah pikiranmu”*

***Fakhri Rahman***

## **Persembahan**

*Alhamdulillah atas nikmat dan karunia Allah SWT, skripsi ini saya*

*persembahkan untuk:*

*Bapak Syakuri dan Ibu Supartini sebagai orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang luar biasa dan juga kasih sayang kepada penulis.*

*Azki, Eka, Dwi dan Sifa yang banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini sampai selesai.*

*Teman-teman kontrakan Jadug, Adit dan Dika yang senantiasa menemani dan menghibur penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.*

*Osel teman satu bimbingan yang paling rajin bimbingan yang membuat saya selalu termotivasi menyelesaikan skripsi.*

*Istri saya, Atika Iffa Syakira yang senantiasa memberikan dukungan dan banyak sekali membantu dalam proses menyelesaikan skripsi dan juga Bunga Shahwah, adik ipar saya, yang sudah membantu penulis dalam mengedit skripsi ini.*

*Dan teman-teman departemen Administrasi Bisnis yang sudah menjadi rekan belajar dan berproses hingga empat tahun di kampus Undip.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *e-commerce*, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Batik Mahkota di Laweyan, Surakarta. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dimana teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan alat bantu kuesioner. *Sample* yang digunakan berjumlah 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling* dan teknik *accidental*. Responden yang dipilih adalah yang telah melakukan pembelian di Batik Mahkota dan pernah melakukan transaksi menggunakan alat elektronik. Metodologi yang digunakan untuk menganalisis data primer dalam penelitian ini yaitu, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, dan uji signifikansi (uji t dan F) dengan menggunakan SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 26,7% dan hasil uji t menunjukkan nilai 6,088. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 32,5% dan hasil uji t menunjukkan nilai 6,976. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 28,9% dan hasil uji t menunjukkan nilai 6,417. Sedangkan secara simultan, *e-commerce*, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 43%, dan hasil uji F menunjukkan nilai 25,936. Artinya, semakin baik *e-commerce*, kualitas produk, dan promosi maka semakin tinggi keputusan pembelian produk Batik Mahkota.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar Batik Mahkota memperbaiki *e-commerce* dari sisi kualitas sistem dan kualitas informasinya. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan lebih sering melakukan kegiatan promosi dan memperbanyak ragam promosi yang dilakukan.

**Kata kunci:** *E-Commerce*, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

This study aims to determine the influence of e-commerce, product quality, and product promotion on purchasing decisions of Mahkota Batik's products in Laweyan, Surakarta. This was an explanatory research using questionnaires as the tools to collect the primary data. This study included 100 respondents as the sample and the data were taken with purposive sampling method and accidental technique. The selected respondents were those who have made purchases in Batik Mahkota and have conducted payment transactions using electronic instruments. The methodology used to analyze the primary data in this research was validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression, multiple linear regression, and significance test (t and F test) using SPSS 16.0.

The results showed that e-commerce has a significant effect on purchasing decisions with a percentage of 26.7% and a t-test value of 6.088 . Product quality significantly influences the purchase decisions with a percentage of 32.5% and a t-test value of 6.976. Product promotion also has a significant effect on purchasing decisions with a percentage of 28.9% and a t-test value of 6.417. While simultaneously, e-commerce, product quality, and promotion have a significant effect on purchasing decisions with a percentage of 43% and an f-test value of 25.936. It can be concluded that the better the e-commerce system used, product quality, and the promotion technique, the higher the purchase decision of the products of Batik Mahkota.

Based on the results obtained in the research, researchers then suggested that Batik Mahkota should improve the e-commerce in terms of system's quality and information's quality. Maintaining and improving the product quality and planning on more promotional activities can also be done to make improvement.

**Keywords:** E-Commerce, Product Quality, Promotion, Purchase Decision



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)”** ini tidak mungkin dapat selesai tanpa doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr.Sunarto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M, Ph.D selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang
3. Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini
4. Dr. Widiartanto S.Sos, MM selaku dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Dinalestari Purbawati S.E, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta meluangkan waktu untuk menguji dalam penyusunan skripsi ini
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan

7. Bapak Eko selaku kepala bagian humas Batik Mahkota yang telah memberikan izin, membantu, dan berkenan memberikan data untuk penelitian ini
8. Seluruh Responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan
9. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 10 September 2018

Penyusun,

Khabibuddin Al Ghoribi

NIM. 14020214140133

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 LATAR BELAKANG.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Kerangka Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Kualitas Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.3 Promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4 Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Hubungan antar variable .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6.1 Hubungan <i>e-commerce</i> terhadap keputusan pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6.2 Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7 Penelitian terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8 Perumusan Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9 Definisi Konsep.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.1 <i>E-Commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2 Kualitas Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3 Promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.4 Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>1.10 Definisi Operasional .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.11 Metode Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.1 Tipe Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.2 Populasi dan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.3 Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.4 Skala Pengukuran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.5 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.6 Tahap Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.7 Metode Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.8 Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.9 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.10 Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.11 Koefisien Korelasi ( <i>r</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.12 Analisis Regresi Sederhana dan Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.11.13 Koefisien Determinasi (KD) .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.11.14.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.11.15 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F) .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II GAMBARAN UMUM BATIK MAHKOTA DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN .....</b>	
<b>2.1 Sejarah Singkat Batik Laweyan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Sejarah Singkat dan Perkembangan Batik Mahkota.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2 Visi dan Misi Batik Mahkota .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Visi Batik Mahkota.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Misi Batik Mahkota .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3. Logo Batik Mahkota.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.4 Struktur Organisasi Batik Mahkota.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.5 Tugas dan Wewenang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.6 Jam Operasional Batik Mahkota .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.7 Produk Batik Mahkota.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>2.8</b>	<b>Harga Produk Batik Mahkota .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.9</b>	<b>Identifikasi Responden.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.10</b>	<b>Usia Responden.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.11</b>	<b>Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.12</b>	<b>Status Marital Responden .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.13</b>	<b>Pendidikan Terakhir Responden .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.14</b>	<b>Jenis Pekerjaan Responden.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.15</b>	<b>Penghasilan Perbulan Responden .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.16</b>	<b>Alasan Menggunakan Produk Batik Mahkota....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**BAB III PENGARUH *E-COMMERCE*, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK .....**

<b>3.1</b>	<b>Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2</b>	<b>Deskripsi <i>E-Commerce</i>, Kualitas Produk dan Promosi.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Variabel <i>E-Commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Kemudahan Mendapatkan Informasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.3	Kemudahan Penggunaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.4	Tampilan Interface.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.5	Kualitas Sistem.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.6	Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.7	Kualitas Informasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>E-Commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.9	Kategorisasi Variabel <i>E-Commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.3</b>	<b>Variabel Kualitas Produk .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Kualitas Kain Produk batik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Ketahanan Warna Produk Batik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3	Desain Motif Produk Batik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.4	Desain Baju Atau Model Batik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.3.5 Kenyamanan Produk Batik ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3.6 Kesesuaian Varian Produk Batik Dengan Kebutuhan Konsumen ... **Error! Bookmark not defined.**

3.3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk ..... **Error! Bookmark not defined.**

**3.3.8 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk ..** **Error! Bookmark not defined.**

3.4. Variabel Promosi ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.1 Keramahan Karyawan Dalam Menawarkan Produk .... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Kejelasan Informasi yang Disampaikan .. **Error! Bookmark not defined.**

3.4.3 Liputan Media Cetak dan Elektronik..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.4 Daya Tarik Liputan Media Cetak dan Elektronik .. **Error! Bookmark not defined.**

3.4.5 Ragam Promosi Penjualan yang Dilakukan ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.6 Pemberian Potongan Harga..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.7 Frekuensi Promosi Penjualan ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.8 Daya Tarik Promosi Penjualan..... **Error! Bookmark not defined.**

**3.4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Promosi.....** **Error! Bookmark not defined.**

**3.4.10 Kategorisasi Variabel Promosi.....** **Error! Bookmark not defined.**

3.5 Variabel Keputusan Pembelian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Kemantapan Dalam Keputusan Pembelian Produk Batik ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.2 Kepuasan Konsumen Setelah Melakukan Keputusan Pembelian .... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.3 Melakukan Pembelian Ulang Produk batik ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.4 Memberikan Rekomendasi Produk Batik Kepada Orang Lain ..... **Error! Bookmark not defined.**

**3.5.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**3.5.6 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian .....** **Error! Bookmark not defined.**

3.6 Pengaruh <i>E-Commerce</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Koefisien Korelasi <i>E-Commerce</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian(Y).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.3 Koefisien Determinasi <i>E-Commerce</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Analisis Tabulasi Silang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Koefisien Korelasi Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.3 Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk batik Mahkota (Y).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.8 Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1 Analisis Tabulasi Silang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2 Koefisien Korelasi Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.3 Koefisien Determinasi Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4 Koefisien Regresi Sederhana Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.8.5 Uji t Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Sumber: data primer yang diolah, 2018.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9 Pengaruh E-Commerce (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Mahkota (Y).....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9.1 Koefisien Korelasi Berganda <i>E-Commerce</i> (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9.2 Koefisien Determinasi E-Commerce (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>3.9.3 Regresi Linier Berganda <i>E-Commerce</i> (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9.4 Uji F <i>E-Commerce</i> (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.10 Pembahasan</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV PENUTUP</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.1 Kesimpulan</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2 Saran</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Penjualan Batik Mahkota Tahun 2012-2016.....	7
Tabel 1.2: Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 1.3: Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 2.1: Usia Responden.....	69
Tabel 2.2: Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 2.3: Status Marital.....	70
Tabel 2.4: Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Tabel 2.5: Jenis Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 2.6: Penghasilan Responden.....	73
Tabel 2.7: Alasan Menggunakan Produk Batik Mahkota.....	73
Tabel 3.1: Uji Validitas X1.....	76
Tabel 3.2: Uji Validitas X2.....	76
Tabel 3.3: Uji Validitas X3.....	77
Tabel 3.4: Uji Validitas Y.....	77
Tabel 3.5: Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 3.6: Kemudahan Mendapatkan Informasi.....	80
Tabel 3.7: Kemudahan Penggunaan.....	81
Tabel 3.8: Tampilan Interface.....	82
Tabel 3.9: Kualitas Sistem.....	82
Tabel 3.10: Kualitas Pelayanan .....	83
Tabel 3.11: Kualitas Informasi .....	84
Tabel 3.12: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang E-Commerce .....	85
Tabel 3.13: Kategorisasi Variabel E-Commerce .....	88
Tabel 3.14: Kualitas Kain Produk .....	89
Tabel 3.15: Ketahanan Warna Produk.....	90

Tabel 3.16: Desain Motif Produk .....	91
Tabel 3.17: Desain Baju atau Model Batik .....	91
Tabel 3.18: Kenyamanan Produk.....	92
Tabel 3.19: Kesesuaian Varian Produk Dengan Kebutuhan Konsumen.....	93
Tabel 3.20: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk....	94
Tabel 3.21: Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	97
Tabel 3.22: Keramahan Karyawan Dalam Menawarkan Produk.....	98
Tabel 3.23: Kejelasan Informasi Yang Didapatkan.....	99
Tabel 3.24: Liputan Media Cetak dan Elektronik.....	100
Tabel 3.25: Daya Tarik Liputan Media.....	101
Tabel 3.26: Ragam Promosi Penjualan.....	102
Tabel 3.27: Pemberian Potongan Harga.....	103
Tabel 3.28: Frekuensi Promosi Penjualan.....	103
Tabel 3.29: Daya Tarik Promosi Penjualan.....	104
Tabel 3.30: Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Promosi.....	105
Tabel 3.31: Kategorisasi Variabel Promosi .....	108
Tabel 3.32: Kemantapan Dalam keputusan Pembelian.....	109
Tabel 3.33: Kepuasan Setelah Menggunakan.....	110
Tabel 3.34: Melakukan Pembelian Ulang.....	111
Tabel 3.35: Memberikan Rekomendasi Kepada Orang lain.....	112
Tabel 3.36: Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Keputusan Pembelian .....	113
Tabel 3.37: Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	116
Tabel 3.38: Tabulasi Silang Antara E-Commerce dan keputusan pembelian.	117
Tabel 3.39: Koefisien Korelasi E-Commerce Terhadap keputusan pembelian .....	118

Tabel 3.40: Regresi Linier Sederhana E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian .....	119
Tabel 3.41: Tabulasi Silang Antara Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian .....	121
Tabel 3.42: Koefisien Korelasi Kualitas Produk Dengan keputusan Pembelian .....	122
Tabel 3.43: Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk Dengan keputusan Pembelian .....	123
Tabel 3.44: Tabulasi Silang Antara Promosi dan keputusan Pembelian ...	125
Tabel 3.45: Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .	126
Tabel 3.46: Regresi Sederhana Promosi Terhadap Keputusan Pembelian..	127
Tabel 3.47: Koefisien Korelasi Berganda E-Comemrce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	130
Tabel 3.48: Regresi Linier Berganda E-Commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	131
Tabel 3.49: Uji F E-commerce, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembeian .....	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Proses keputusan pembelian konsumen.....	27
Gambar 1.2: Kurva Hasil Uji Statistik t.....	54
Gambar 1.3: Kurva hasil uji statistik F.....	56
Gambar 2.1: Logo Batik Mahkota .....	61
Gambar 2.2: Struktur Organisasi Batik Mahkota .....	62
Gambar 2.3: Produk Kemeja Batik Mahkota .....	67
Gambar 2.4: Produk Daster Batik Mahkota .....	67
Gambar 2.5: Produk Batik Tulis Batik Mahkota .....	68
Gambar 3.1: Uji t <i>E-commerce</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	120
Gambar 3.2: Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ....	124
Gambar 3.3: Uji t Promosi Terhadap Keputusab Pembelian .....	129
Gambar 3.4: Uji F E-Commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	135

## DAFTAR LAMPIRAN

Surat Telah Melakukan Penelitian.....	145
Kuesioner .....	146
Tabel Induk E-Commerce .....	156
Tabel Induk Kualitas Produk .....	159
Tabel Induk Promosi .....	162
Tabel Induk Keputusan Pembelian .....	165
Tabel Nilai r .....	168
Tabel Nilai t .....	176
Tabel Nilai F .....	179
Tabel Uji .....	180
Reliabilitas E-Commerce .....	180
Reliabilitas Kualitas Produk .....	181
Reliabilitas Promosi .....	182
Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	183
Validitas E-Commerce .....	184
Validitas Kualitas Produk .....	186
Validitas Promosi .....	187
Validitas Keputusan Pembelian .....	187
Koefisien Korelasi E-Commerce .....	188
Koefisien Korelasi Kualitas Produk .....	189
Koefisien Korelasi Promosi .....	189
Koefisien Korelasi E-Commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	190
Regresi Linier Sederhana E-Commerce .....	191

Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk .....	191
Regresi Linier Sederhana Promosi .....	192
Regresi Linier Berganda .....	192

