

**PENGARUH E-COMMERCE, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK  
SERTA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
CLOTHING LINE DI MASA PANDEMI COVID-19**

***THE INFLUENCE OF E-COMMERCE, PRODUCT DESIGN AND QUALITY  
AS WELL PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS FOR CLOTHING  
LINE PRODUCTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC***



**Oleh :**

**MUTIARA HIKMAH NUR AZIZAH**

**20170430013**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

**PENGARUH E-COMMERCE, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK SERTA  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *CLOTHING LINE* DI  
MASA PANDEMI COVID-19**

***THE INFLUENCE OF E-COMMERCE, PRODUCT DESIGN AND QUALITY AS WELL  
PROMOTION ON PURCHASING FOR CLOTHING LINE PRODUCTS DURING THE  
COVID-19 PANDEMIC***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :  
**Mutiara Hikmah Nur Azizah**  
**20170430013**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mutiara Hikmah Nur Azizah

NIM : 20170430013

Jur/Program Studi : Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **"PENGARUH E-COMMERCE, DESAIN DAN KUALITAS PRODUK SERTA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *CLOTHING LINE* DI MASA PANDEMI COVID-19"** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 1 April 2021



Mutiara Hikmah Nur Azizah

## PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **Pengaruh E-Commerce, Desain dan Kualitas Produk Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Clothing line* di Masa Pandemi Covid-19**. Sholawat serta salam semoga tercurah selalu kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam.

Penulis skripsi ini dimaksud untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik bersifat materil dan spiritual sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan hormat penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT yang dengan rahmat dan izin-Nya kepada penulis dengan menghadirkan orang-orang luar bisaa yang menjadi penyemangat penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Kedua orang tua, ibu tercinta Hana Kurniawati dan bapak tersayang Badarudin Ichwan yang tanpa mengenal lelah dalam mengasuh, mendidik serta membina penulis sejak dalam kandungan hingga sekarang. Selain itu telah memberikan dukungan dari segi materi maupun spiritual dalam menyelesaikan studi penulis.
3. Bapak Ahmad Ma'ruf, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Kakak tersayang Fitriana Husnayaini dan adik tersayang Muhamad Ilyas Fanani dan Muhammad Ilyasa Fanani terimakasih telah memberi semangat dan doa bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Spesial teruntuk Krisma Ikhsan Syakuri yang telah membantu, menemani, menasehati, dan memberikan semangat yang sangat berpengaruh untuk penulis dalam menyelesaikan proses skripsi ini.
7. Teman-teman “*Ginuk-Ginuk*” ; Nadiyah Nur Annisa, Nadia Arsyah Marbun, dan Novita Sari Wulandari. Terimakasih telah memberi semangat serta dukungan dalam bentuk doa maupun perilaku dan menemani dari masa putih abu-abu hingga saat ini.
8. Teman-teman “*Strong Girl Squad*” ; Hilda Rizqitawati, Indah Ayu Lestari, Dian Septiani Dewi Anjani dan Suci Cahyatul Qorimah. Terimakasih telah memberi semangat dan menemani semasa maba hingga saat ini.
9. Teman bimbingan sepejuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Terimakasih telah mendukung saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh pihak yang turut membantu, memberi dukungan maupun semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis cantumkan namanya satu per satu.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh E-Commerce, Desain dan Kualitas Produk Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Clothing line* di Masa Pandemi Covid-19”**

Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir sebagai satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana (SE) pada jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya berkat bantuan dari banyak pihak yang telah ikut membantu secara moril dan material. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada orang yang terkait dalam terselesaikannya skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Rizal Yaya, SE,M.Sc., Ph.D., Ak, CA, selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Dr. Ahmad Ma'ruf, SE., M.Si. yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik
3. Dr. Imamudin Yuliadi, SE., M.Si. selaku kepala program studi Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Seluruh staf, Dosen, dan Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu melancarkan penelitian skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan

kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis akan menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini. Namun penulis berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Aamiin.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah penulis memohon ampun dan memohon perlindungan-Nya. Semoga Allah SWT Membalas kebaikan yang telah diperbuat oleh pihak-pihak tersebut diatas. *Jazakumullah.*

Wassalamu`alaikum Warahmatullahi wabarokatu

Yogyakarta, 1 April 2021



Mutiara Hikmah Nur Azizah

NIM. 20170430013

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	14
C. Rumusan Masalah .....	14
D. Tujuan Penelitian .....	15
E. Manfaat Penelitian .....	16
BAB II .....	17
TINJAUAN PUSTAKA .....	17
A. Landasan Teori .....	17
1. E-Commerce .....	17
2. Desain Produk .....	20
3. Kualitas Produk .....	23
4. Promosi .....	28
5. Keputusan Pembelian .....	31
6. Teori Mikro tentang Perilaku Konsumen .....	37
B. Penelitian Terdahulu .....	38
C. Hipotesis Penelitian .....	41



D. Model Penelitian .....	43
BAB III .....	45
A. Obyek Penelitian dan Subyek Penelitian .....	45
B. Jenis dan Sumber Data .....	45
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	46
D. Teknik Pengumpulan Data .....	47
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	48
1. Variabel Penelitian .....	48
2. Definisi Operasional Variabel .....	49
F. Uji Kualitas Instrumen .....	50
1. Uji Validitas .....	50
2. Uji Reliabilitas .....	50
G. Uji Asumsi Klasik .....	51
1. Uji Multikolinearitas .....	51
2. Uji Normalitas .....	51
3. Uji Heteroskedastisitas .....	52
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	52
1. Analisis Deskriptif .....	52
2. Analisis Regresi Berganda .....	53
3. Uji Hipotesis .....	54
BAB IV .....	56
A. Gambaran Umum Clothing line .....	56
1. STARCROSS .....	56
2. ABSOLUTE 308 .....	57
3. NIMCO .....	57
B. Hasil Penelitian .....	58
1. Analisis Deskriptif .....	58
2. Uji Kesahihan Angket .....	59
3. Uji Pernyataan Analisis .....	60
4. Uji Asumsi Klasik .....	62
5. Uji Hipotesis .....	64
C. Hasil Pembahasan .....	68
BAB V .....	72
A. Kesimpulan .....	72
B. Keterbatasan Penelitian .....	72
C. Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	74

## DAFTAR TABEL

1.1	Performa Chat, <i>Followers</i> , dan Penilaian Pembeli .....	11
2.1	Penelitian Terdahulu .....	44
3.1	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel .....	54
4.1	Descriptif Statistik .....	63
4.2	Hasil Uji Validitas .....	64
4.3	Uji Reliabilitas .....	65
4.4	Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	68
4.5	Uji Multikolinearitas .....	69
4.6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	69

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap .....	36
2.2	Kurva Total Utility dan Marginal Utility .....	40
2.3	Kerangka Pemikiran .....	49
4.1	Grafik Histogram .....	66
4.2	Normal <i>P-Plot</i> .....	67
4.3	Scatterplot .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Persyaratan Analisis
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Uji t, Uji F, dan Uji R<sup>2</sup>