

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, CITRA MEREK DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA  
PANDEMI COVID-19  
(STUDI PADA KONSUMEN BATIK TEMAWON DI KAMPUNG  
BATIK SEMARANG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi  
akhir dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank**

**Semarang**



Oleh:

Nama : Dina Affriyani

NIM : 17.05.51.0183

Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui  
untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, CITRA MEREK DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA  
PANDEMI COVID 19  
(STUDI PADA KONSUMEN BATIK TEMAWON SEMARANG)**

Oleh :

Dina Affriyani

NIM : 17.05.51.0183

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 19 Februari 2021

Dosen Pembimbing

Drs. Bambang Sutedjo, M.M

NIDN: 0628036101

**HALAMAN PENGESAHAN**



**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, CITRA MEREK DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA  
PANDEMI COVID-19  
(STUDI PADA KONSUMEN BATIK TEMAWON DI KAMPUNG  
BATIK SEMARANG)**

Disusun oleh :

Nama : Dina Affriyani

Nim : 17.05.51.0183

Program Studi : S1. Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Pengaji Pendadaran Skripsi, skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal: 19 Februari 2021

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Dosen Pembimbing  
(Merangkap Pengaji I)

(Drs. Bambang Sutejo, M.M)  
NIDN. 0628036101

Pengaji II  
  
(Dr. Dra. R.A. Marljen, M.M)  
NIDN. 0622035701

Pengaji III  
  
(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)  
NIDN. 0027037101



Mengetahui,  
Dewan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)  
NIDN. 0027037101

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Dina Affriyani

NIM : 17.05.51.0183

Program Studi : S1 Manajemen

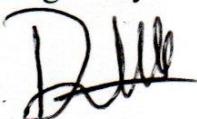
Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA KONSUMEN BATIK TEMAWON DI KAMPUNG BATIK SEMARANG)** tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 19 Februari 2021

Yang menyatakan,



Dina Affriyani

17.05.51.0183

## **MOTTO**

“Sesungguhnya setelah ada kesulitan pasti ada kemudahan, maka apabila kamu telah slesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Tuhan-mu kamu berharap” ( Q.S. Al-Insyiroh :68)

“Jangan takut untuk jatuh, seperti hujan yang tidak pernah jatuh walaupun berulang kali”

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Untuk kedua orang tua Bapak Marlan dan Ibu Siti Maryatun, serta kakak dan adik saya Adip dan Andy yang telah mendidik, mendoakan, finansial, semangatnya dan selalu berusaha memberikan yang terbaik.
2. Simbah Murni dan Keluarga besar yang selalu memberikan semangat disaat saya berada dalam kesulitan maupun tidak.
3. Untuk Bapak Bambang Sutedjo, DRS., M.M yang telah membimbing dan memberikan saran agar skripsi yang penulis buat menjadi lebih baik dan selesai.
4. Kepada Ibu Okta Batik Temawon Semarang selaku tempat saya melakukan penelitian skripsi, terimakasih atas ilmu dan dukungannya.
5. Untuk Rifki yang telah memberikan dukungan semangat, keceriaanya dan doanya disaat kesulitan maupun tidak kepada penulis dalam menyusun karya ilmiah ini terimakasih.
6. Teman saya Desyana Yayang yang selalu bimbingan dengan saya, menemani, memberi semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyusun karya ilmiah ini.
7. Teman-teman terbaik saya, Iqbal, Arif, Mas Pur, Intan, Ima, Yohana, Beti, Wilda, Ayu W, Cindy, Rizka, Laila yang selalu menemani dari semester 1, memberi semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyusun karya ilmiah ini.
8. Teman-teman grup SBF (Habib, Richo, Shahrul, Mifta, Unggul, Jamil, Hendri, Heksi, Dian, Nineng) yang telah memberi semangat dan doa kepada penulis dalam menyusun karya ilmiah ini.

9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017, UKM MULTIMEDIA, HIPMI PT UNISBANK yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat untuk saya.

(Dina Affriyani)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen, citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian batik temawon di kampong batik semarang di masa pandemic covid-19. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang membeli dan digunakan sendiri batik temawon semarang di masa pandemic covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen batik temawon yang membeli dan digunakan sendiri. Untuk data primer di dapatkan dari kuisioner atau engket yang dibagikan secara langsung sebanyak 90 responden dan data sekunder melalui literature. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Pengujian olah data yang digunakan yaitu uji instrument, uji regresi berganda, uji hipotesis. Hasil penelitian membuktikan bahwa : (1.) sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimasa pandemic covid-19 (hasil uji  $t = 3.119$  dengan nilai sig. 0.002). (2.) citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dimasa pandemic covid-19 (hasil uji  $t = 1.374$  dengan tingkat nilai sig. 0.173). (3.) desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimasa pandemic covid-19 (hasil uji  $t = 9.781$  dengan tingkat nilai sig. 0.000). (4.) sikap konsumen , citra merek, dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian (dengan hasil uji  $F = 69.454$  dengan tingkat nilai sig. 0.000). (5.) Sikap Konsumen, citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 69.8% ( $R^2 = 0.698$ ).

**Kata Kunci : Sikap Konsumen, Citra Merek, Desain Produk dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of consumer attitudes, brand image, and product design on purchasing decisions of Temawon Semarang batik in the Semarang village of batik during the Covid-19 pandemic. This research was conducted on batik Temawon Semarang consumers during the Covid-19 pandemic. The population in this study were consumers of Temawon batik which they bought and used themselves. To get primary data obtained from questionnaires or cranks which were distributed directly by 88 respondents and secondary data through literature. The sampling technique used was purposive sampling. The data processing test used is the instrument test, validity, reliability,  $R^2$  test, F test, t test. The results of the study prove that: (1.) consumer attitudes have a positive and significant effect on purchasing decisions during the Covid-19 pandemic (t test result = 3.119 with a sig. 0.002). (2.) Brand image has no significant positive effect on purchasing decisions during the Covid-19 pandemic (t test result = 1.374 with a sig. 0.173 value level). (3.) Product design has a positive and significant effect on purchasing decisions during the Covid-19 pandemic (t test result = 9.781 with a sig. 0.000 value level). (4.) consumer attitudes, brand image, and product design influence purchasing decisions (with test results  $F = 69.454$  with a sig. 0.000 value level). (5.) Consumer attitudes, brand image, and product design on purchasing decisions by 69.8% ( $R^2 0.698$ ).

**Keywords:** Consumer Attitudes, Brand Image, Product Design and Purchase Decisions

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah Subhanahu wa ta’ala yang telah melimpahkan nikmat, hidayah dan kasih sayang-Nya kepada penulis , sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul “**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA KONSUMEN BATIK TEMAWON DI KAMPUNG BATIK SEMARANG)**”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Ibu Sri Sudarsih, S.E, MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Bapak Dr. Bambang Sutejo, M.M selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, dan arahan kepada penulis selama penyusunan skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan banyak ilmu, dan berbagai nasihat untuk penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua Bapak Marlan dan Ibu Siti Maryatun, serta keluarga besar yang telah mendidik, mendoakan, semangatnya dan nasehat untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Okta Batik Temawon Semarang selaku tempat saya melakukan penelitian skripsi, terimakasih atas ilmu dan dukungannya serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rifki yang telah memberikan dukungan semangat disaat kesulitan maupun tidak terimakasih atas dukungannya.
9. Teman saya Desyana Yayang yang selalu bimbingan dengan saya, memberi doa, semangat, dukungan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman terbaik saya, Iqbal, Arif, Mas Pur, Intan, Ima, Yohana, Beti, Wilda, Ayu W, Cindy, Rizka, Laila yang selalu menemani dari semester 1, memberi semangat, dukungan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman grup saya SBF (Habib, Richo, Shahrul, Mifta, Unggul, Jamil, Hendri, Heksi, Dian, Nineng) yang telah memberi doa, semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017, UKM MULTIMEDIA, HIPMI PT UNISBANK yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Oleh sebab itu, dengan segala keterbatasan serta kemampuan yang dimiliki, penulis berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin, dengan kesadaran bahwa penulis hanya manusia biasa yang tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, sehingga bisa dimaklumi atas segala kekurangan tersebut. Dengan segala keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang penulis miliki, maka besar harapan penulis untuk ada kritikan dan saran yang sifatnya membangun agar skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan semua orang yang membacanya.

Semarang, 19 Februari 2021

Penulis

Dina Affriyani

## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                   | i     |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>                              | ii    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                              | iii   |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI .....</b>               | iv    |
| <b>MOTTO .....</b>   | v     |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>                              | vi    |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | viii  |
| <b>ABSTRACT .....</b>  | ix    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                   | x     |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                       | xiii  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                     | xvii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                   | xviii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                 | xix   |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                               | 1     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                     | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                     | 10    |
| 1.3 Pembatasan Masalah .....                                 | 10    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                  | 11    |
| 1.5 Kegunaan/Manfaat Penelitian .....                        | 11    |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                                 | 11    |
| 1.5.2 Manfaat Praktis.....                                   | 12    |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b> | 13    |

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Konsep Pemasaran .....                                      | 13 |
| 2.2 Keputusan Pembelian.....                                    | 16 |
| 2.2.1 Tujuh Struktur Keputusan .....                            | 18 |
| 2.2.2 Tahap-tahap proses keputusan pembelian.....               | 20 |
| 2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....  | 21 |
| 2.2.4 Indikator Pengukuran Keputusan Pembelian.....             | 23 |
| 2.3 Sikap Konsumen .....  | 23 |
| 2.3.1 Karakteristik Sikap.....                                  | 25 |
| 2.3.2 Tipe Sikap Konsumen .....                                 | 26 |
| 2.3.3 Indikator Pengukur Sikap .....                            | 27 |
| 2.4 Citra Merek .....   | 28 |
| 2.4.1 Komponen Citra Merek .....                                | 29 |
| 2.4.2 Manfaat Citra Merek .....                                 | 29 |
| 2.4.3 Indikator Pengukuran Citra Merek .....                    | 31 |
| 2.5 Desain Produk .....   | 32 |
| 2.5.1 Faktor Pengembangan Desain Produk .....                   | 33 |
| 2.5.2 Tujuan Desain Produk.....                                 | 34 |
| 2.5.3 Indikator Desain Produk .....                             | 35 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                  | 36 |
| 2.7 Hubungan Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....          | 39 |
| 2.7.1 Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian..... | 39 |
| 2.7.2 Hubungan Citra Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian..... | 41 |
| 2.7.3 Hubungan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 42 |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.8 Kerangka Pikir .....                         | 44        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>           | <b>45</b> |
| 3.1 Obyek Penelitian .....                       | 45        |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                    | 45        |
| 3.2.1 Populasi .....                             | 45        |
| 3.2.2 Sampel.....                                | 45        |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengambilan.....      | 48        |
| 3.4 Definisi Konsen dan Indikator Variabel ..... | 49        |
| 3.5 Analisis Statistik Deskriptif .....          | 51        |
| 3.5.1 Deskripsi Responden.....                   | 51        |
| 3.5.2 Deskripsi Variabel.....                    | 51        |
| 3.6 Uji Instrumen Penelitian .....               | 51        |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                        | 51        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....                      | 52        |
| 3.7 Analisis Regresi Berganda .....              | 52        |
| 3.8 Uji Model .....                              | 53        |
| 3.8.1 Uji Determinasi .....                      | 53        |
| 3.8.2 Uji F.....                                 | 53        |
| 3.8.3 Uji Hipotesis (Uji t).....                 | 54        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>55</b> |
| 4.1 Deskripsi Responden.....                     | 55        |
| 4.2 Deskripsi Variabel.....                      | 57        |
| 4.3 Pengujian Instrumen.....                     | 60        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.3.1 Uji Validitas .....                 | 60        |
| 4.3.2 Uji Reabilitas.....                 | 61        |
| 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 62        |
| 4.5 Pengujian Model Penelitian .....      | 63        |
| 4.5.1 Uji Simultan (Uji F) .....          | 63        |
| 4.5.2 Determinasi Koefisien .....         | 63        |
| 4.5.3 Uji t .....                         | 64        |
| 4.6 Pembahasan.....                       | 65        |
| <b>BAB V Penutup .....</b>                | <b>70</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                      | 70        |
| 5.2 Implikasi Penelitian.....             | 70        |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....          | 71        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                | <b>72</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                      | <b>77</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Beberapa Merek Batik di Semarang ..... | 5  |
| Tabel 1.2 Penjualan.....                         | 7  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....             | 36 |
| Table 3.1 Definisi Konsep dan Indikator .....    | 49 |
| Tabel 4.1 Hasil Rekap Kuisioner .....            | 55 |
| Tabel 4.2 Identitas Responden.....               | 56 |
| Table 4.3 Deskriptif Variabel Pernelitian .....  | 58 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....               | 60 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas .....             | 61 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi .....           | 62 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                     |    |
|---------------------|----|
| Kerangka Model..... | 44 |
|---------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuisioner Penelitian .....                       | 78  |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....                    | 84  |
| Lampiran 3. Deskripsi Responden Dan Deskripsi Variable ..... | 93  |
| Lampiran 4. Output Uji Validitas.....                        | 103 |
| Lampiran 5. Output Uji Reliabilitas.....                     | 110 |
| Lampiran 6. Output Uji Regresi Berganda.....                 | 115 |
| Lampiran 7. Catatan Konsultasi Dan Bimbingan.....            | 117 |
| Lampiran 8. Hasil Turnitin.....                              | 119 |