

**PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF
TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA
COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1443 H / 2022 M

ABSTRAK

Saripah Fitriani. NIM : 1808204047, "PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN USAHA BATIK KENZA DI ERA PANDEMI COVID-19", 2022.

Kinerja penjualan merupakan salah satu aspek untuk membantu dalam mengembangkan sebuah usaha/bisnis. Dalam penelitian ini faktor yang diduga mempengaruhi kinerja penjualan pada Batik Kenza yaitu penggunaan e-commerce dan pembaharuan motif yang keduanya memiliki peran pada hasil penjualan Batik Kenza selama pandemi covid-19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh e-commerce dan pembaharuan motif terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19.

Subjek penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di Batik Kenza dengan populasi dalam penelitian ini berjumlah 30 karyawan Batik Kenza. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 sampel karyawan Batik Kenza dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *sampling jenuh*, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dengan taraf kesalahan 5%. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel e-commerce (X1) secara parsial tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19, hal ini karena terjadi perbedaan harga antara harga jual di toko/showroom yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga jual di e-commerce. Sedangkan variabel pembaharuan motif (X2) secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19, hal ini karena pembaharuan motif yang dilakukan oleh Batik Kenza berjalan dengan sangat baik. Secara simultan e-commerce dan pembaharuan motif berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja penjualan pada usaha Batik Kenza di era pandemi covid-19.

Kata Kunci: Kinerja Penjualan, E-Commerce, Pembaharuan Motif

ABSTRACT

Saripah Fitriani. NIM : 1808204047, "INFLUENCE OF E-COMMERCE AND MOTIF RENEWAL ON THE PERFORMANCE OF KENZA BATIK BUSINESS SALES IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC", 2022.

Sales performance is one aspect to assist in developing a business/business. In this study, the factors that are thought to affect the sales performance of Batik Kenza are the use of e-commerce and the renewal of motifs, both of which have a role in the sales results of Batik Kenza during the covid-19 pandemic. The purpose of this study was to determine the effect of e-commerce and motif renewal on sales performance at Batik Kenza's business in the era of the covid-19 pandemic.

The subjects of this research are all employees who work at Batik Kenza with the population in this study amounting to 30 employees of Batik Kenza. The number of samples in this study were 30 samples of Batik Kenza employees using a sampling technique, namely saturated sampling, which is a sampling technique when all members of the population are used as samples with an error rate of 5%. The data analysis method used is descriptive analysis and multiple linear regression using IBM SPSS version 22.

The results show that the e-commerce variable (X1) partially has no influence and is not significant on sales performance at Batik Kenza's business in the era of the covid-19 pandemic, this is because there is a price difference between the selling price in the shop/showroom which is cheaper if compared to the selling price in e-commerce. While the motif renewal variable (X2) has a partial and significant effect on sales performance at Batik Kenza's business in the era of the covid-19 pandemic, this is because the motif renewal carried out by Batik Kenza is going very well. Simultaneously, e-commerce and motif renewal have a joint effect on sales performance at Batik Kenza's business in the era of the covid-19 pandemic.

Keywords: Sales Performance, E-Commerce, Motive Renewal

نبذة مختصرة

ساريبا فيتراني. رقم تعريف الطالب: 18 08 20 40 47 ، "تأثير التجارة الإلكترونية وتجديد الدافع على أداء مبيعات الأعمال في كنزا باتيك في عصر وباء كوفيد-19" ، 2022.

يعد أداء المبيعات أحد الجوانب للمساعدة في تطوير الأعمال / الأعمال. في هذه الدراسة ، العوامل التي يعتقد أنها تؤثر على أداء مبيعات كنزا باتيك هي استخدام التجارة الإلكترونية وتجديد الزخارف ، وكلاهما له دور في نتائج مبيعات كنزا باتيك خلال جائحة كوفيد-19. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير التجارة الإلكترونية وتجديد الفكرة على أداء المبيعات في أعمال كنزا باتيك في عصر جائحة كوفيد-19

موضوع هذا البحث جميع الموظفين الذين يعملون في كنزا باتيك مع تعداد السكان في هذه الدراسة والبالغ عددهم 30 موظف من كنزا باتيك. كان عدد العينات في هذه الدراسة 30 عينة من موظفي كنزا باتيك باستخدام تقنية أخذ العينات ، وهي أخذ العينات المشبعة ، وهي تقنية أخذ العينات عند استخدام جميع أفراد المجتمع كعينات بمعدل خطأ 5٪. طريقة تحليل البيانات المستخدمة هي التحليل الوصفي والانحدار الخطي المتعدد باستخدام IBM SPSS الإصدار 22.

أظهرت النتائج أن متغير التجارة الإلكترونية (X1) ليس له أي تأثير جزئيًا وليس له تأثير كبير على أداء المبيعات في أعمال كنزا باتيك في عصر وباء كوفيد-19 ، وذلك بسبب وجود فرق سعري بين سعر البيع في المتجر / المعرض الذي يعتبر أرخص إذا ما قورن بسعر البيع في التجارة الإلكترونية. في حين أن متغير تجديد الفكرة (X2) له تأثير جزئي وهام على أداء المبيعات في أعمال كنزا باتيك في عصر جائحة كوفيد-19 ، فإن هذا يرجع إلى أن تجديد الفكرة التي نفذتها كنزا باتيك يسير بشكل جيد للغاية. في نفس الوقت ، التجارة الإلكترونية وتجديد التصميم لهما تأثير مشترك على أداء المبيعات في أعمال كنزا باتيك في عصر جائحة كوفيد-19

الكلمات المفتاحية: أداء المبيعات ، التجارة الإلكترونية ، التجديد الحافز

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI
PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF
TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA
COVID-19

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh :

Saripah Fitriani

NIM : 1808204047

Pembimbing :

Pembimbing I

Pembimbing II

Mariyah Ulfah, M.E.Sy

Mohamad Ghozali, S.E.I, M.E.Sy

NIP. 3201701 19800806 2 01

NIP. 19840121 201503 1 005

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dr. A. Syamdan, S.E.I, Si

NIP. 19721007 201101 1 002

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

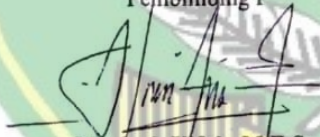
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh


Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Saripah Fitriani, NIM : 1808204047 dengan judul "PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA COVID-19". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I

Pembimbing II


Mariyah Ulfah, M.E.Sy


Mohamad Chozali, S.EI, M.E.Sy

NIP. 3201701 19800806 2 01

NIP. 19840121 201503 1 005

Menyetujui :


Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dr. Goryman, S.EI, M.Si

NIP. 19721007 201101 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : “PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA COVID-19”, oleh Saripah Fitriani, NIM : 1808204047, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam pada tanggal 22 Juni 2022.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Dr. Lavaman, SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002

H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Lavaman, SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002

Ila Navilah, ME.Sy
3201705 19860223 2 01

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Saripah Fitriani

NIM : 1808204047

Tempat Tanggal Lahir: Cirebon, 30 Mei 2000

Alamat : Blok Kebon Branti D.II RT/RW 001/003 Desa Gamel
Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA COVID-19”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 16 Juni 2022

Saya yang menyatakan



10000
METEMAI
TEMPER
C456AJX713668041

Saripah Fitriani

NIM. 1808204047

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah yang telah memberikan nikmat kepada saya, karena dengan nikmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang kukasihi dan kusayangi yaitu:

1. Ibu dan bapakku ibu Warsini dan bapak Dulhadi, tanpa mereka aku tidak akan lahir di dunia ini, tanpa jeripayah dan kerja kerasnya aku tidak akan bisa sampai di titik ini. Kasih sayangnya takan bisa dibalaskan oleh apapun dan terimakasih tak terhinggaku takan bisa menggantikan seluruhnya. Bahkan ungkapan sayang dan terimakasihku untuk orang tua dalam kata persembahan di karyaku ini tak ada bandingannya dengan ketulusannya.
2. Untuk keenam kakakku dan keponakanku Deni Maulana dan Thalia Mei Riska yang telah ridho meminjamkan Laptopnya untuk membantu proses penyelesaian skripsiku, dan seluruh keluargaku yang telah mendukung penuh kegiatan positifku selama kuliah baik secara langsung maupun tidak langsung, dari kebutuhan pokok dan finansial.
3. Untuk Mariyah Ulfah, M.E.Sy dan Mohamad Ghozali, S.E.I, M.E.Sy saya ucapkan terimakasih banyak atas ilmu, nasehat dan bimbingannya dalam melaksanakan bimbingan skripsi.
4. Untuk support systemku yaitu dia dan diriku sendiri juga sahabat-sahabatku, Gofar, Naelul, Kiki, Linda, Yuyun, Lilis, Cantika, Siska, Lia, Fawwaz, Khofifah, Uwiww, Rianti, Umi Aull yang telah menjadi pengingat dan pendukung dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Untuk teman-teman seperjuangan kelas B Ekonomi Syariah dan seluruh mahasiswa/i Ekonomi Syariah angkatan 2018, organisasiku Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam (IMEIs), Sakti Budhi Rasa (SABHURA) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) Kecamatan Plered yang menjadikanku menerima segala macam bentuk rintangan dalam perkuliahan, menjadikanku sosok yang mandiri dan bertanggung jawab.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Saripah Fitriani yang dilahirkan di Cirebon, pada tanggal 30 Mei 2000. Penulis adalah anak Terakhir dari tujuh bersaudara dari pasangan Bapak Dulhadi dan Ibu Warsini. Penulis tumbuh dan besar di Cirebon, dan beralamat di RT 001 RW 003 Dusun II Blok Kebon Branti Desa Gamel Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah :

1. SMKN 2 Kota Cirebon (2015 – 2018)
2. SMPN 1 Plered (2012 – 2015)
3. SDN 2 GAMEL (2006 – 2012)
4. TK Gali Kencana (2005 – 2006)

Pengalaman Organisasi yang pernah diikuti yaitu :

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam (IMEIs) IAIN Syekh Nurjati Cirebon
3. Paguron Pencak Silat Sakti Budhi Rasa (SABHURA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon
4. Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) Kecamatan Plered

Penulis mengikuti program pendidikan S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi : **“PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA COVID-19”** dibawah bimbingan Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy dan Bapak Mohamad Ghozali, S.E., M.E.Sy.

MOTTO

“ Seperti Pisau, hidupmu akan selalu tumpul jika tak pernah diasah dan jangan biarkan kamu menjadi wanita biasa tetapi jadilah kamu wanita yang Luar Biasa sampai seseorang berkata: Aku Bangga Punya Kamu”



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA COVID-19”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Sastra 1 (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Suatu kebanggaan yang tak terkira bagi diri saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Saya sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI).
3. Bapak Dr. Layaman, SE., M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy selaku pembimbing skripsi satu yang telah memberikan arahan dan pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Mohamad Ghozali, SE.I, ME.Sy selaku pembimbing skripsi dua yang telah memberikan arahan dan pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Arafat Abdullah, selaku Owner Batik Kenza yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.

9. Karyawan Batik Kenza yang telah berkenan memberikan informasi dan waktunya untuk penelitian ini.
10. Kepala Desa Trusmi Kulon, yang telah memberikan data dan informasi yang penulis butuhkan dalam penelitian ini.
11. Orang tua saya tercinta yaitu Bapak Dulhadi dan Ibu Warsini, seluruh kakak saya tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dan keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan dan kasih sayang kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Yuyun, Lilis, Linda, Naelul, dan Gofar sebagai sahabat sekaligus sosok yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk orang-orang spesial, Selagi Bisa Besok Sanss, Biang Ribeut, Bukan Geng, keluarga Ekonomi Syariah 2018'B, keluarga organisasi yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak penyusun sebutkan satu persatu, saya sampaikan terima kasih dan semoga segala kebaikannya mendapatkan balasan pahala dari Allah swt. Aamiin.

Cirebon, Juni 2022

Penulis

Saripah Fitriani

NIM. 1808204047

DAFTAR ISI

PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBAHARUAN MOTIF TERHADAP KINERJA PENJUALAN DI BATIK KENZA PADA ERA COVID-19
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
نبذة مختصرة	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
A. Electronic Commerce (E-commerce)	11
1. Definisi Electronic Commerce (E-commerce)	11
2. Konsep Dasar e-Commerce	12
3. Komponen E-Commerce.....	13
4. Jenis-jenis E-Commerce	15
5. Teknologi yang dibutuhkan dalam E-Commerce	19
6. Peluang dan Kelemahan dari Penggunaan E-Commerce	20

7. Manfaat E-Commerce	22
B. E-Commerce menurut Prespektif Islam	23
C. Pembaharuan Motif	27
1. Batik	28
2. Jenis-jenis Motif Batik	30
3. Desain dan Rancangan Produk	34
4. Kualitas Produk	35
5. Faktor-factoryang Mempengaruhi Ide dalam Pembaharuan Motif	35
D. Kinerja Penjualan	35
1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan	36
2. Indikator Kinerja Penjualan	37
3. Klasifikasi Penjualan	38
4. Efektifitas Penjualan	38
5. Profitabilitas	39
6. Indikator Kinerja Karyawan	39
7. Efek Kinerja	40
E. Penelitian Terdahulu	41
F. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	44
1. Kerangka Pemikiran	44
2. Hipotesis	49
BAB III	51
METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Tempat dan Waktu Penelitian	51
B. Jenis Penelitian	51
C. Jenis dan Sumber Data	51
1. Jenis Data	51
2. Sumber Data	52
D. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	53
E. Operasional Variabel Penelitian	53
F. Teknik Pengumpulan Data	56
1. Observasi	56
2. Angket (Kuesioner)	56

3.	Dokumentasi	57
G.	Teknik Analisis Data	57
1.	Uji Deskriptif	57
2.	Uji Instrumen	57
3.	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.	Uji Model Regresi Linear Berganda	60
5.	Uji Hipotesis.....	61
6.	Koefisien Determinasi (R^2)	62
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A.	Gambaran Umum Batik Kenza.....	63
1.	Profil Batik Kenza	63
2.	Visi dan Misi Batik Kenza	63
3.	Letak Geografis Batik Kenza	64
4.	Logo Batik Kenza	64
5.	Struktur Perusahaan Batik Kenza	64
B.	Karakteristik Responden.....	64
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	67
C.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
1.	Variabel E-Commerce (X1)	69
2.	Variabel Pembaharuan Motif (X2).....	73
3.	Variabel Kinerja Penjualan (Y).....	78
D.	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	85
1.	Hasil Uji Validitas	85
2.	Hasil Uji Realibilitas	88
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik	90
F.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
G.	Hasil Uji Hipotesis	95
H.	Hasil Pembahasan	99
1.	Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja Penjualan	99
2.	Pengaruh Pembaharuan Motif terhadap Kinerja Penjualan	102

3. Pengaruh E-Commerce dan Pembaharuan Motif terhadap Kinerja Penjualan	103
BAB V	105
PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Kuesioner Jawaban	56
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	65
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	66
Tabel 4.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lama Bekerja	67
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel.....	70
E-Commerce (X1).....	70
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel.....	74
Pembaharuan Motif (X2)	74
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel.....	79
Kinerja Penjualan (Y)	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce (X1).....	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Pembaharuan Motif (X2)	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Penjualan (Y).....	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas E-Commerce.....	88
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Pembaharuan Motif	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Kinerja Penjualan	89
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	95
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji f)	97
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	98
Tabel 4.20 Data Penjualan Batik Kenza Bulan April-September 2020	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Ilustrasi E-Commerce	13
Gambar 2. 2 Ilustrasi Business to business	16
Gambar 2. 3 Ilustrasi Business to consumer	17
Gambar 2. 4 Ilustrasi Consumer to consumer	18
Gambar 2. 5 Ilustrasi Consumer to business	19
Gambar 2.6 Motif Batik Mega Mendung.....	30
Gambar 2.7 Motif Batik Liris.....	31
Gambar 2.8 Motif Batik Kawung.....	32
Gambar 2.9 Motif Batik Keratonan	32
Gambar 2.10 Motif Batik Balian.....	33
Gambar 2.11 Motif Batik Puloan.....	34
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik.....	91
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Penelitian	132
Lampiran 2 Kuesioner.....	133
Lampiran 3 Hasil Penyebaran Kuesioner	136
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	139
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas	143
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	146
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	147
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	148
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	149
Lampiran 10 Hasil Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)	150
Lampiran 11 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)	151
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	152
Lampiran 13 F Tabel	154
Lampiran 14 T Tabel	155
Lampiran 15 Dokumentasi	156

