

**PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP
MINAT BELI BATIK MASYARAKAT DI SUMATERA UTARA
(STUDI KASUS KAMPUNG BATIK BERANDAN)**

SKRIPSI

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : Ridhani gustina
N I M / N P M : 71210314014
JENJANG PROGRAM : Strata 1
PROGRAM STUDI : Kewirausahaan

Pembimbing I

Dr.Yusrita.S.E., M.M

Pembimbing II

Tri Kartika Yudha.,S.E.,M.M

**PROGRAM KEWIRAUSAHAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM SUMSTERA UTARA
2025**

**PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP
MINAT BELI BATIK MASYARAKAT DI SUMATERA UTARA
(STUDI KASUS KAMPUNG BATIK BERANDAN)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Akademik
Untuk Menyelesaikan Studi Di Program Studi Kewirausahaan**

NAMA MAHASISWA : Ridhani gustina
N I M / N P M : 71210314014
JENJANG PROGRAM : Strata 1
PROGRAM STUDI : Kewirausahaan



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM SUMSTERA UTARA
MEDAN
2025**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan ridhoNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini shalawat berangkaikan salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, para sahabatnya, hingga kepada umatnya, hingga akhir zaman.

Proposal Skripsi ini dibuat sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan Studi Pada Program Studi Kewirausahaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara dan implementasi dari ilmu yang di dapatkan selama masa perkuliahan di Program Studi Kewrausahaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara. Judul yang penulis ajukan adalah “**Pengaruh Trend Fasion dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Batik Masyarakat di Sumatera Utara (Studi Kasus Kampung Batik Berandan)**”. Penulis menyadari bahwa Proposal Skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga masih bisa di teruskan oleh peneliti lainnya masih jauh dari kata kesempurnaan yang diharapkan adanya masukan dari Pembimbing 1 dan Pembimbing 2 penulis lain baik dari segi teoritis, maupun dari pembahasan pembahasan nantinya.

Penulis

Rhidani Agustina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Dan Rumusan Masalah.....	6
1.3.1 Batasan Masalah.....	6
1.3.2 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Uraian Teoritas.....	9
2.1.1 Motivasi Kerja	9
2.1.2 Sistem Kompensasi.....	19
2.1.3 Kedisiplinan Kerja Karyawan.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Lokasi, Objek Dan Waktu Penelitian.....	25
3.1.1 Lokasi.....	25
3.1.2 Objek.....	25
3.1.3 Waktu Penelitian	25
3.2 Populasi Dan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Operasional Variabel	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1 Daftar Pertanyaan (Questioner).....	28

3.4.2	Wawancara (Interview).....	28
3.4.3	Studi Dokumentasi	28
3.4.4	Studi Kepustakaan.....	28
3.5	Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	30
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.3	Metode Regresi Linier Berganda	33
3.5.4	Uji Hipotesis.....	35
BAB IV	GAMBARAN UMUM BATIK BRANDAN.....	40
4.1.	Gambaran Umum.....	40
BAB V	ANALISA DAN EVALUASI	44
5.1.	Deskripsi Responden	44
5.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
5.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
5.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
5.2	Analisis Deskripsi Variabel	46
5.3.	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	51
5.3.1	Uji Instrumen Penelitian.....	51
5.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
5.3.3	Uji Ketepatan Model.....	56
5.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
5.3.3	Uji T.....	60
5.4.1	Pengaruh Trend Fashion Terhadap Minat Beli.....	61
5.4.2	Pengaruh Promosi Online Terhadap Minat Beli.....	63
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	66
6.1	Kesimpulan	66
6.2	Saran	66
6.3	Keterbatasan penelitian	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Avolio, B. J., & Bass, B. M. (1994). **Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership**. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Dessler, G. (2017). **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Geert Hofstede (2010). **Cultures and Organizations: Software of the Mind**. McGraw-Hill, New York.
- Handoko, T. Hani (2011). **Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia**. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2017). **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2020). **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu (2007). **Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan**. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu (2009). **Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan**. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2008). **Human Resource Management**. Pearson Education, New Jersey.
- Northouse, P. G. (2013). **Leadership: Theory and Practice**. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Robbins, Stephen P. (2008). **Perilaku Organisasi**. Indeks, Jakarta.
- Robbins, Stephen P. (2014). **Perilaku Organisasi**. Salemba Empat, Jakarta.
- Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary (2010). **Manajemen**. Erlangga, Jakarta.
- Robbins, Stephen P., & Judge, Timothy A. (2017). **Perilaku Organisasi**. Salemba Empat, Jakarta.
- Sedarmayanti (2019). **Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja**. Mandar Maju, Bandung.
- Sinambela, Lijan Poltak (2016). **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Bumi Aksara, Jakarta.

Suwatno (2019). **Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis**. Refika Aditama, Bandung.

Widodo, Slamet (2014). **Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia**. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Yukl, Gary (2010). *Leadership in Organizations*. Pearson Education, Upper Saddle River.

Jurnal

Adinugraha, et al. (2021), **Analisis Model Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Kepemimpinan, Kompensasi, Motivasi, dan Kerja Sama Tim**. *Jurnal Ilmiah Pariwisata, [S.l.]*, v. 28, n. 1, p. 32-40, mar. 2023. ISSN 2599-0209. Available at: <<https://jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1661>> . Date accessed: 29 may 2025. doi: <https://doi.org/10.30647/jip.v28i1.1661>.

Deni Sulistiawan, Sukisno S. Riadi, dan Siti Maria (2017), **Pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Balota Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja** *Jurnal Economix* Volume 10 Nomor 1 Juni 2022.

Enno Aldea Amanda (2017), **Budaya organisasi, Kinerja karyawan, Badan Usaha Milik Daerah taman Tirta Sari Madiun** *Jurnal Akutansi dan Pendidikan* vol 6 no 1 <https://doi.org/10.25273/jap.v6i1.1289>

Fachreza, Said Musnadi, M. Shabri Abd Majid. 2018. **Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja Dan budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dan Dampakna Pada Kinerja Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh**. *Jurnal Magister Management Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*. Vol. 2 No.1.

Hartanto, Lutfi Tri (2019), **Analisis pengaruh kompensasi, pekerjaan motivasi, dan lingkungan kerja pada kinerja karyawan dalam tempe chips UMKM di Sanan kota Malang** Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

Ponduge Wahab (2018), **Pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap peningkatan kualitas kinerja pegawai di Dinas Pendidikan Kabupaten Bone Bolango**. Sumber : *Journal of Public Administratsion Studies* 2018. Vol.1 No.1,

S.,& Majid, MSA (2018). **Pengaruh Motivasi kerja, lingkungan kerja, dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan dan dampaknya pada kinerja Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh** *Jurnal Magister Manajemen*

Sariful Anam dkk.(2020) **Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi sebagai Variabel Intervening**. Sumber : Jurnal Geokonum 2020. Vol.11 No. 1,

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara (i)

Di -

Tempat

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara :

Nama : Ridhani Agustina

NIM/NPM : **71210314014**

Ingin meminta kesediaan Bapak/Ibu dan saudara/i sebagai pembeli Batik yang di produksi oleh Kampung Batik Brandan untuk berpartisipasi menjawab kuesioner yang saya ajukan, guna pembuatan/penulisan Skripsi Saya sebagai tugas akhir kuliah saya di Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada : **Pengaruh Tren Fashion dan Promosi Online terhadap Minat Beli Batik di Sumatera Utara (Studi Kasus Kampung Batik Berandan)** Kuesioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, sehingga semua jawaban Bapak/Ibu akan kami jaga kerahasiaannya. Agar tidak menimbulkan dampak yang tidak diinginkan maka dalam kuesioner ini tidak perlu mencantumkan nama.

Atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Peneliti

Ridhani Agustina

Petunjuk Pengisian:

Beri tanda centang (☐) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda terhadap setiap pernyataan berikut ini:

Skor Keterangan

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

2. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

- a.Laki – laki b.Perempuan

3. Pekerjaan :

- a.Mahasiswa/ Pelajar b.Pegawai negeri sipil c. Pegawai swasta Wiraswasta d. Lainnya

4. Usia anda saat ini :

- a. 17-23 tahun
- b. 24-30 tahun
- c. 31-40 tahun

Pernyataan Kuesioner *Tren Fashion (X1)*

Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1. Variasi desain	Saya suka mencari tahu mengenai desain fashion batik dengan motif kekinian dan mengandung unsur budaya lokal				29	83
2. Model sesuai dengan keinginan	kelas sosial sangat mempengaruhi saya untuk membeli dengan harga dan kualitas				45	67
3. Desain Sedang mengikuti trend	Saya memakai produk fashion Batik Berandan_ karena memiliki desain atau motif yang unik sesuai dengan trend kekinian				12	100
4. Daya tahan dan warna	Saya merasa percaya diri ketika memakai produk fashion Batik Berandan sesuai dengan trend dan tidak luntur.				45	67

Pernyataan Kuesioner – Variabel Promosi Online (X2)

Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
5. Sales Promotion	Batik Berandan sering menawarkan promo setiap pembelian fashion batik melalui aplikasi layanan instastory				29	83
6. Public Relation	Marketing yang digunakan Batik Berandan_ sangat baik dan komunikatif	-	1	4	39	62
7. Direct Marketing	Testimoni yang diberikan konsumen untuk Batik Berandan_ sangat positif-positif				17	95
8. E-Personal Selling	Batik Berandan memiliki fasilitas pemesanan boking secara online dengan membayar separuh harga				45	67

Pernyataan Kuesioner – Variabel Minat Beli

Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1. Minat Transaksional	Saya memiliki minat yang tinggi membeli fashion Batik Berandan_ karena sesuai trend.				25	87
2. Minat Referensial	Saya tertarik dengan fashion dari batik karena dari promosi online yang dilakukan Batik Berandan				50	62
3. Minat Preferensial	Saya berminat membeli fashion batik di Batik Berandan karena brand image toko yang bagus.				14	98
4. Minat Eksploratif	Saya mencaritahu informasi Batk Berandan dari promosi online di IG dan teman atau kerabat saya memberikan rekomendasi				47	65

LAMPIRAN

```

REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT VAR00003
  /METHOD=ENTER VAR00001 VAR00002
  /RESIDUALS DURBIN.

```

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	18.6250	1.37628	112
VAR00001	18.5714	1.43140	112
VAR00002	18.0714	1.46868	112

Correlations

		VAR00003	VAR00001	VAR00002
Pearson Correlation	VAR00003	1.000	.599	.776
	VAR00001	.599	1.000	.679
	VAR00002	.776	.679	1.000
Sig. (1-tailed)	VAR00003	.	.000	.000
	VAR00001	.000	.	.000
	VAR00002	.000	.000	.
N	VAR00003	112	112	112
	VAR00001	112	112	112
	VAR00002	112	112	112

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VAR00002, VAR00001 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: VAR00003

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.782 ^a	.611	.604	.86600	.611	85.674	2	109	.000	2.033

a. Predictors: (Constant), VAR00002, VAR00001

b. Dependent Variable: VAR00003

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	128.504	2	64.252	85.674	.000 ^b
Residual	81.746	109	.750		
Total	210.250	111			

a. Dependent Variable: VAR00003

b. Predictors: (Constant), VAR00002, VAR00001

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	4.636	1.139		4.070	.000					
1 VAR00001	.129	.078	.135	1.655	.101	.599	.157	.099	.539	1.855
VAR00002	.641	.076	.684	8.410	.000	.776	.627	.502	.539	1.855

a. Dependent Variable: VAR00003

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	VAR00001	VAR00002
1	1	2.995	1.000	.00	.00	.00
1	2	.003	29.310	.97	.09	.24
	3	.002	39.030	.03	.91	.75

a. Dependent Variable: VAR00003

Case Processing Summary

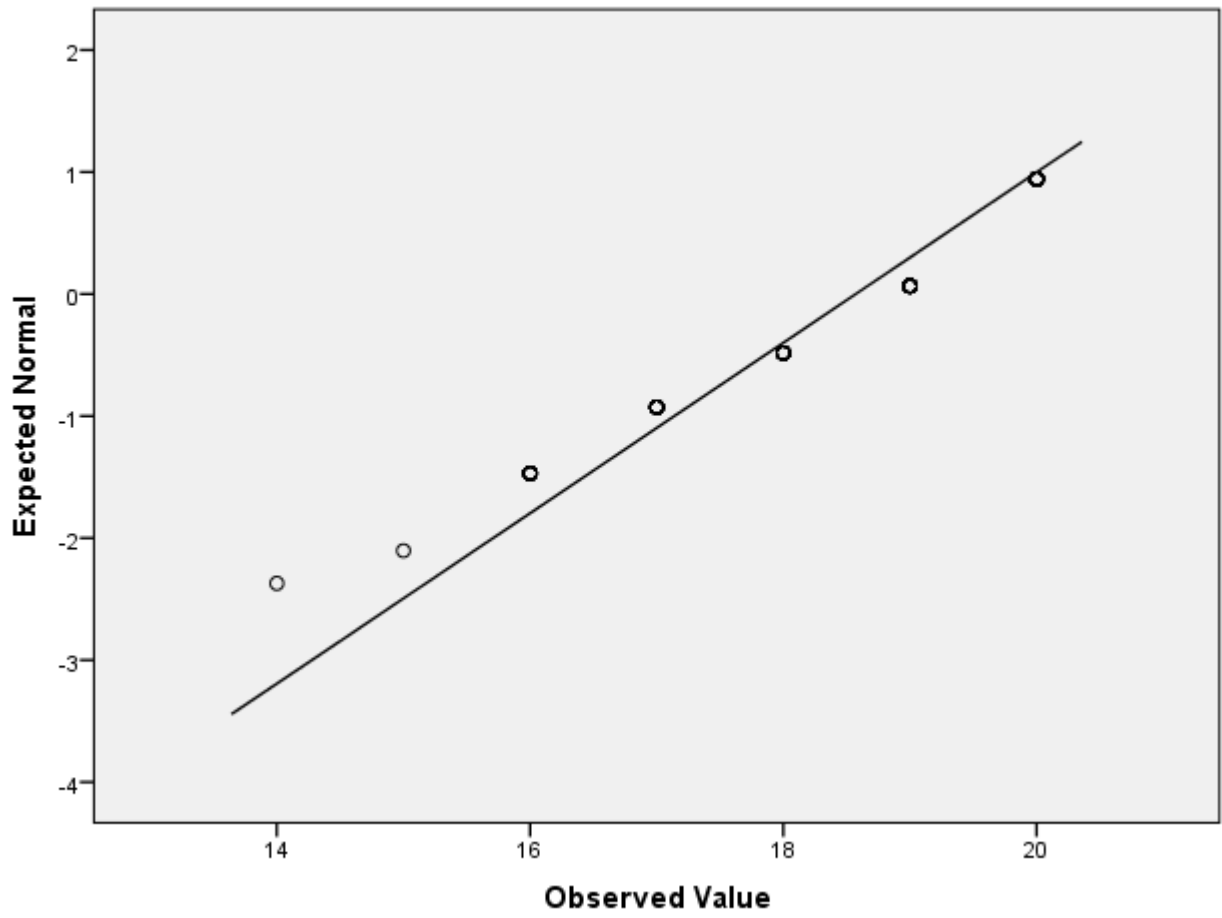
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00001	112	100.0%	0	0.0%	112	100.0%
VAR00002	112	100.0%	0	0.0%	112	100.0%
VAR00003	112	100.0%	0	0.0%	112	100.0%

Tests of Normality

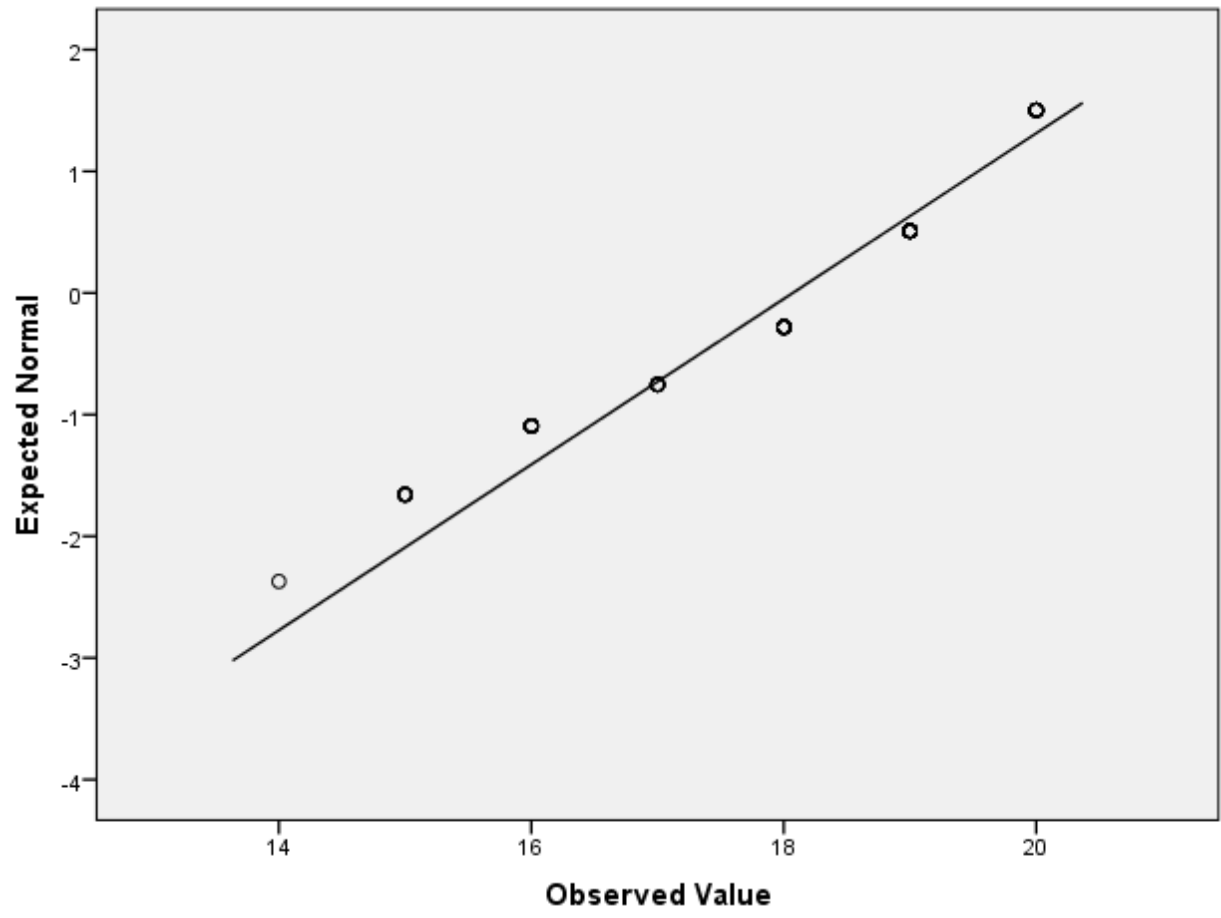
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
VAR00001	.225	112	.000	.858	112	.000
VAR00002	.222	112	.000	.879	112	.000
VAR00003	.232	112	.000	.847	112	.000

a. Lilliefors Significance Correction

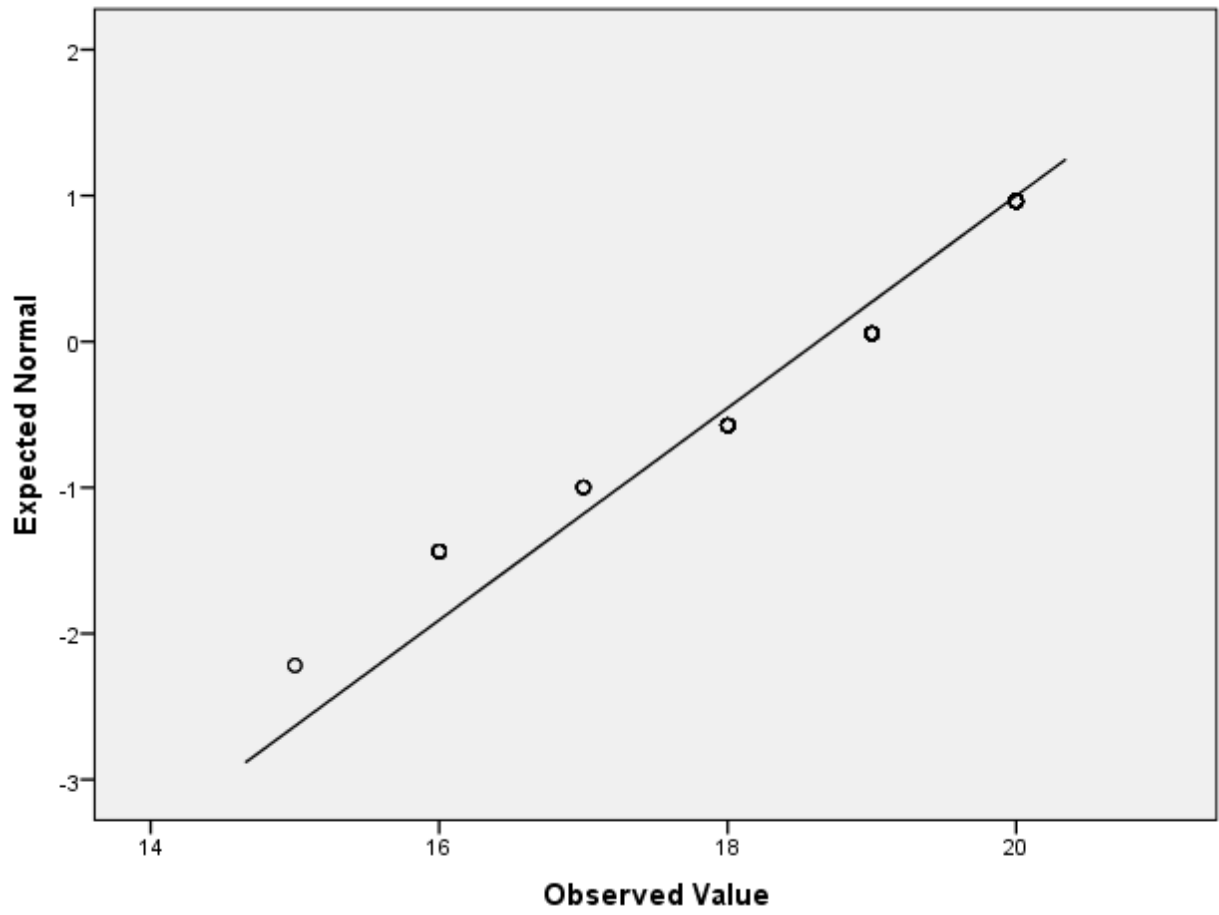
Normal Q-Q Plot of VAR00001



Normal Q-Q Plot of VAR00002



Normal Q-Q Plot of VAR00003



CORRELATIONS

```

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005
VAR00001	Pearson Correlation	1	.450**	.586**	.523**	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
VAR00002	Pearson Correlation	.450**	1	.252**	.502**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.000
	N	112	112	112	112	112
VAR00003	Pearson Correlation	.586**	.252**	1	.344**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000	.000
	N	112	112	112	112	112
VAR00004	Pearson Correlation	.523**	.502**	.344**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112
VAR00005	Pearson Correlation	.809**	.789**	.625**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112

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

RELIABILITY

```

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007
VAR00008 VAR00009 VAR00010
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Correlations

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	112	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	39.3906	10.051	.508	.808
VAR00002	39.4531	10.283	.408	.817
VAR00003	39.5469	10.220	.419	.816
VAR00004	39.5156	9.905	.452	.814
VAR00005	39.5781	9.930	.517	.807
VAR00006	39.7188	9.412	.604	.798
VAR00007	39.8438	9.118	.585	.799
VAR00008	39.8125	9.520	.484	.811
VAR00009	39.7813	9.761	.523	.806
VAR00010	39.7813	9.443	.586	.799

RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007
VAR00008 VAR00009 VAR00010

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Correlations

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	112	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	38.3906	11.099	.547	.809
VAR00002	38.0156	11.127	.570	.807
VAR00003	38.2188	11.063	.593	.805
VAR00004	37.9063	11.134	.587	.806
VAR00005	38.3438	10.578	.567	.807
VAR00006	38.1875	11.298	.513	.812
VAR00007	38.4063	11.483	.400	.825
VAR00008	38.3125	11.647	.438	.820
VAR00009	38.5469	11.395	.510	.813
VAR00010	38.4531	11.331	.443	.820