



**PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA
BARAT)**

SKRIPSI

MUHAMMAD DZULQARNAIN 1710111212

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA
BARAT)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

MUHAMMAD DZULQARNAIN 1710111212

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang saya kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Dzulqarnain

Nim : 1710111212

Apanila di kemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juli 2021

Yang menyatakan


Muhammad Dzulqarnain

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTIAN
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Dzulqarnain
Nim : 1710111212
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

**Pengaruh Inovasi, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Kasus Pada Minuman Chatime Di Kota Depok Jawa Barat)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Juli 2021

Yang menyatakan, materai



(Muhammad Dzulqarnain)

SKRIPSI
PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA
BARAT)

Dipersiapkan dan disusun oleh :
MUHAMMAD DZULQARNAIN 1710111212

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Juli
2021

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. A. Bernadin Dwi M,MM,CPM.

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM.
Penguji 1



Drs. Nobelson, MM
Penguji 2



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak, M.Ak, CA, CPRS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 9 Agustus 2021



Wahyudi, S.E., M.M
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

THE EFFECT OF INNOVATION, PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY ON CHATIME DRINK IN DEPOK CITY, WEST JAVA)

By Muhammad Dzulqarnain

Abstract

This research is quantitative and has the aim of knowing, proving, and analyzing the effect of innovation, promotion, and product quality on purchasing decisions for chatime drinks in the city of Depok, West Java. The population in this study are chatime consumers who have bought chatime drinks who are domiciled in the city of Depok, West Java. The sample collection method in this study is non-probability sampling and the type is purposive sampling. Sources of data obtained from the distribution of questionnaires to 100 respondents. To assist this research, the researcher uses a tool, namely the SmartPLS 3.3 analysis tool. The results obtained in this study are that innovation has a significant effect of 0.192 on purchasing decisions. Promotion has a significant effect of 0.284 on purchasing decisions. Product quality has a significant effect of 0.432 on purchasing decisions and the result of R Square Adjusted is 0.676 which means that the influence of innovation, promotion, and product quality variables on purchasing decisions is 67.6%. The limitation of this research is that it is still in the pandemic period, so the distribution of the questionnaire only uses Google forms.

Keywords: Purchase Decision, Innovation, Promotion, and Product Quality.

PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)

Oleh Muhammad Dzulqarnain

Abstrak

Penelitian ini secara kuantitatif dan memiliki tujuan untuk mengetahui, membuktikan, serta menganalisis pengaruh dari inovasi, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman chatime di kota Depok Jawa Barat. Populasi pada penelitian ini merupakan para konsumen chatime yang pernah membeli minuman chatime yang berdomisili di kota Depok Jawa Barat. Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan jenisnya adalah *purposive sampling*. Sumber data didapat dari penyebaran kuisisioner pada 100 responden. Untuk membantu penelitian ini peneliti menggunakan alat bantu yaitu alat analisis SmartPLS 3.3. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu Inovasi memiliki pengaruh signifikan sebesar 0.192 terhadap keputusan pembelian. Promosi memiliki pengaruh signifikan sebesar 0.284 terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan sebesar 0.432 terhadap keputusan pembelian dan hasil R Square Adjusted sebesar 0.676 yang memiliki arti pengaruh variabel inovasi, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu 67,6%. Keterbatasan penelitian ini karena masih dalam masa pandemi, maka penyebaran kuisisioner hanya menggunakan Google formulir.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Inovasi, Promosi, dan Kualitas Produk.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021




Pada hari ini Senin, tanggal 19 Juli 2021, telah melaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Muhammad Dzulqarnain
Nomor Induk Mahasiswa : 1710111212
Program Studi : S1 Manajemen

“PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)”

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus***

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. A. Bernadin Dwi M,MM,CPM.	Ketua Penguji	
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Penguji I	
3	Drs. Nobelson, MM	Penguji II **)	

Catatan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Depok, Juli 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi, S E, M.M.

PRAKATA

Alhamdulillahirobbil'alamiin, penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT dan RasulNya berkat pertolongan, bantuan, rahmat, dan kasih sayang serta karuniaNya, penulisan karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Inovasi, Promosi, dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Chatime di kota Depok Jawa Barat”** berhasil diselesaikan. Ketika proses penulisan karya ilmiah sejak Maret sampai saat ini, saya selaku penulis sangat terbantu atas arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak Terimakasih kepada Ibu dan Ayah serta segenap keluarga yang tiada henti memberi dukungan dan mendoakan saya. Juga mengucapkan banyak Terimakasih kepada yang terhormat Bapak Drs. Nobelson,MM dan Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM. sebagai dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing serta memberi saran untuk kebaikan penyusunan skripsi sehingga berjalan baik. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si.,MM.,MOS.,CPM., sebagai dosen Metode Riset Bisnis di semester 6 yang telah memberikan pengetahuan awal dan ilmunya mengenai dunia penelitian. Ibu Dra. A. Bernadin Dwi M,MM,CPM. Dan Ibu Dra. Heni Nastiti, MM, sebagai dosen penguji saya yang telah memberikan banyak masukan penulisan pada penelitian saya. Bapak Wahyudi SE. MM. sebagai Kaprodi dan Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS. sebagai Dekan FEB Serta Pemerintah yang telah memberikan saya bantuan dana perkuliahan dari awal kuliah sampai saya lulus.

Selanjutnya Terimakasih kepada diri saya pribadi, kepada para sahabat, kepada teman-teman seperjuangan (Dari, Sofian, Adimi, Ilham & Keluarganya, Alvin, Nando, Amar, Hazbi, Helena, Wardah, Sifah, May, Kelvin) dan teman-teman Grup Naskah Penelitian & Meet time Uswah17 yang telah membantu serta memberikan semangat, dukungan dan doa dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini serta Gudang Mushola yang menjadi tempat perjuangan. Semoga penelitian ini dapat berguna dan memberi banyak manfaat untuk penulis, akademisi, universitas, perusahaan, masyarakat, dan semua yang membacanya.

Jakarta, 01 Juli 2021

Muhammad Dzulqarnain 1710111212

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Mnafaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Hasil Peneliatian Terdahulu	8
II.2 Landasan Teori	15
II.2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
II.2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	16
II.2.3 Keputusan Pembelian	16
II.2.4 Inovasi	19

II.2.5	Promosi.....	22
II.2.6	Kualitas Produk	24
II.2.7	Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian	26
II.2.8	Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
II.2.9	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
II.3	Model Penelitian Empiris	27
II.4	Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN		29
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
III.1.1	Definisi Operasional.....	29
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	30
III.2	Populasi dan Sampel	31
III.2.1	Populasi	31
III.2.2	Sampel.....	31
III.3	Teknik Pengambilan Data	32
III.3.1	Jenis Data	32
III.3.2	Sumber Data.....	33
III.3.3	Pengumpulan Data	33
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	35
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	35
III.4.1.1	Teknik Analisis	35
III.4.1.2	Analisis Deskriptif	35
III.4.2	Analisis Inferensial.....	37
III.4.3	Alat Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	47

IV.2.1	Deskripsi Data dan Responden	47
IV.2.2	Analisis Data Deskripsif	50
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis	54
IV.3.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	54
IV.3.2	Model Struktural (Inner Model).....	60
IV.4	Pembahasan.....	64
IV.4.1	Pengaruh Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
IV.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	66
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
V.1	Simpulan	69
V.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		76
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	13
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 3. Skala Likert	35
Tabel 4. Kisi-kisi Instrument.....	35
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner	37
Tabel 6. Interpretasi Nilai Presentase Responden	38
Tabel 7. Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	42
Tabel 8. Varian Menu Chatime	47
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	49
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Minuman Chatime.....	50
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Inovasi.....	52
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi	53
Tabel 16. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	54
Tabel 17. Hasil Nilai Outer Loading Factor.....	56
Tabel 18. Hasil Nilai Fornell- Larcker Criterium	57
Tabel 19. Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	58
Tabel 20. Hasil Nilai Composite Reliability	59
Tabel 21. Hasil Nilai Cronbach's Alpha	59
Tabel 22. Hasil Nilai R Square	60
Tabel 23. Hasil Nilai Koefisiensi Analisis Jalur	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase yang Mencoba Minuman Kekinian	3
Gambar 2. Persentase Pengguna Minuman Kekinian Berdasarkan Umur	4
Gambar 3. Model Penelitian Empiris	28
Gambar 4. Langkah-langkah Analisis PLS	40
Gambar 5. Diagram Jalur	41
Gambar 6. Logo Chatime	46
Gambar 7. Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> Melalui Diagram Jalur PLS	55
Gambar 8. Inner Model	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5. *Output Outer Model* PLS 3.3
- Lampiran 6. *Output Inner Model* PLS 3.3
- Lampiran 7. Hasil *Output Model* PLS 3.3
- Lampiran 8. Tabel t – Statistik