



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MINAT BELI TERHADAP
KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMKM 4.0 OLAHAN MAKANAN**

TESIS

DJOKO NUSANTORO 2110121008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MINAT BELI TERHADAP
KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMKM 4.0 OLAHAN MAKANAN**

TESIS

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

DJOKO NUSANTORO 2110121008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Djoko Nusantoro

NIM : 2110121008

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

Jakarta, 31 Juli 2024

Yang menyatakan



Djoko Nusantoro

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Kabupaten Sidoarjo, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Djoko Nusantoro
NIM : 2110121008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, MINAT BELI TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM 4.0 OLAHAN MAKANAN

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal: 31 Juli 2024

Yang menyatakan,



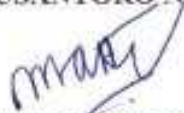
(Djoko Nusantoro)

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, MINAT BELI TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM 4.0 OLAHAN MAKANAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DJOKO NUSANTORO NIM 2110121008



Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA., CWM.
Ketua Penguji



Dr. Desmintari, SE., MM
Penguji II



Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M.
Penguji I



Dr. Subardan Nawir, S.E., M.M.
Dekan



Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M.
Ketua Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 31 Juli 2024

**OPTIMIZATION OF MSME MARKETING PERFORMANCE 4.0
PROCESSED FOOD AFFECTS PRODUCT QUALITY, BUYING
INTEREST ON MARKETING PERFORMANCE MEDIATED BY
PURCHASE DECISIONS**

By Djoko Nusantoro

Abstract

This study aims to analyze and test the Optimization of Marketing Performance of MSMEs 4.0 Processed Food: the influence of Product Quality, Buying Interest on Marketing Performance mediated by Purchase Decisions. The approach used in this study is a quantitative approach. The sample used in this study is MSMEs totaling 96 respondents. The research data was obtained from the results of filling out the questionnaire and analyzed using SEM analysis techniques with the help of the SEM PLS program. The results of this study show that (1) Product quality affects purchasing decisions; (2) Buying interest affects purchasing decisions; (3) Purchasing decisions affect Marketing Performance (4) Product quality affects Marketing Performance; (5) Product quality affects Marketing Performance;

Keywords: *Marketing Performance, Product Quality, Purchase Decision, Buying Interest.*

PENGARUH KUALITAS PRODUK, MINAT BELI TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM 4.0 OLAHAN MAKANAN

Oleh Djoko Nusantoro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji Optimalisasi Kinerja Pemasaran UMKM 4.0 Olahan Makanan: pengaruh Kualitas Produk, minat beli terhadap Kinerja Pemasaran yang dimediasi Keputusan Pembelian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang berjumlah 96 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program SEM PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (2) Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (3) Keputusan pembelian berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (4) Kualitas produk berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran; (5) Kualitas produk berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran;

Kata Kunci: *Kinerja Pemasaran, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli*

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tiada pernah putus dan senantiasa dilimpahkan sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Umkm 4.0 Olahan Makanan ini telah dijalankan sejak Januari 2024 hingga Juni 2024. Penulis menghaturkan terima kasih kepada Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M. sebagai Dosen Pembimbing I dan Dr. Desmintari.S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak arahan, petunjuk dan bimbingan yang sangat membantu dalam menyelesaikan karya ilmiah ini begitu juga dengan Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA., CWM. Tesis ini dedikasikan untuk seluruh M.M angkatan 2021 dapat menjadi sebuah kontribusi penulis dalam mendukung dan mengembangkan kinerja dan karier bagi seluruh teman teman semua. Akhirnya, tak cukup untaian kata terima kasih yang penulis haturkan kepada Ayah, Ibunda dan Istri tercinta, serta anak-anak yang membanggakan. Terima kasih atas dukungan, semangat tak kenal lelah serta pengertian yang begitu berarti dari seluruh keluarga sepanjang proses penyelesaian tesis ini. Tiada gading yang tak retak, banyak sekali ketidaksempurnaan, semoga masukan dan koreksi dari semua pihak akan memberikan celah kebaikan pada tesis ini. Salam Bela Negara.

Jakarta, 31 Juli 2024

Djoko Nusantoro

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	iv
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan penelitian.....	13
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2 Kinerja Pemasaran.....	19
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.3.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.3 Peranan Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4 Kualitas Produk	26
2.1.5 Minat Beli.....	31
2.2 Penelitian yang Relevan	33
2.3 Model Penelitian Empirik	35
2.3.1 Kualitas Produk dan Keputusan pembelian	36
2.3.2 Minat Beli dan Keputusan Pembelian	36
2.3.4 Kualitas produk dan Kinerja Pemasaran	37
2.3.5 Keputusan Pembelian dan Kinerja Pemasaran	38
2.4 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.1.1 Definisi Operasional.....	40
3.2 Pengukuran Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel.....	43

3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1	Jenis Data	44
3.4.2	Sumber Data	45
3.5.1	Teknik Analisis Data	45
3.5.1.1	Analisis Data Deskriptif	46
3.5.1.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	47
3.5.2	Model PLS	49
3.5.2.1	Uji Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.2	Deskripsi Data Penelitian	46
4.2.1	Deskripsi Data Responden	46
4.3	Analisis Hasil Dan Uji Hipotesis	48
4.3.1	Analisis Deskriptif	49
4.3.2	Analisis Inferensial	54
4.3.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
4.4	Uji Hipotesis	62
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.5.1	Pengaruh Keputusan Pembelian Kinerja Pemasaran	65
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.5.3	Tidak Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	68
4.5.4	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.5.5	Pengaruh Minat Beli Terhadap Kinerja Pemasaran	70
4.6	Dampak dan Kontribusi Pada UMKM	71
4.7	Novelty Penelitian	73
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
5.3	Rekomendasi	79
	DAFTAR PUSTAKA	81
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kinerja Pemasaran UMKM Terdaftar pada Aplikasi <i>E-order</i>	5
Tabel 2.	Data Jumlah UMKM di Jawa Timur	7
Tabel 3.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	34
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 5.	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Minat Beli	41
Tabel 7.	Pengukuran Variabel	42
Tabel 8.	Skor Skala Likert dalam Setiap Pertanyaan.....	43
Tabel 9.	Kriteria Pengukuran Variabel Penelitian	46
Tabel 10.	Interpretasi Nilai Indeks	47
Tabel 11.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	51
Tabel 12.	Hasil Perhitungan Responden Menurut Jenis Kelamin	47
Tabel 13.	Hasil Perhitungan Responden Menurut Lama Berdiri	47
Tabel 14.	Hasil Perhitungan Responden Menurut Jumlah Karyawan.....	48
Tabel 15.	Hasil Perhitungan Responden Menurut Penjualan Pertahun.....	48
Tabel 16.	Nilai Interval.....	49
Tabel 17.	Analisis Deskriptif Kinerja Pemasaran.....	49
Tabel 18.	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 19.	Analisis Deskriptif Kualitas Produk	52
Tabel 20.	Analisis Deskriptif Minat Beli.....	53
Tabel 21.	Hasil Uji Validitas Konvergen	56
Tabel 22.	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio	57
Tabel 23.	Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	58
Tabel 24.	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 25.	Hasil Uji <i>R Square</i> (R^2).....	61
Tabel 26.	Hasil Uji <i>Q-Square</i> (Q^2)	61
Tabel 27.	Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	62
Tabel 28.	Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kontribusi UMKM terhadap PDB	3
Gambar 2. Tren pertumbuhan Industri makanan dan minuman 2011-2024	4
Gambar 3. Tahap Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 4. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
Gambar 5. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	48
Gambar 6. Model Reflektif PLS	48
Gambar 7. Model Formatif PLS.....	49
Gambar 8. <i>Outer Model</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Olah Data