

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN TEH MEREK
FRESTEA**



Oleh :

Faisal Yudhistian Putra (K.2018.4.34849)

**FAKULTAS MANAJEMEN
STIE MALANGKUCECWARA
MALANG**

2021

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN TEH MEREK
FRESTEA

Oleh:

FAISAL
YUDHISTIAN
PUTRA

K.2018.4.34849

Telah dipertahankan di depan dosen penguji
pada tanggal:09 Maret 2021 dan dinyatakan

LULUS



Menyetujui,
Dosen
Pembimbing,

ttd

Drs.Hariyanto, M.Si

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hariyanto', written over the name of the Dean.

Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsure-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 Maret 2021

Mahasiswa



(FAISAL YUDHISTIAN PUTRA)

K.2018.4.34849

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, berkat Hidayah dan Ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Manajemen STIE MALANGKUCECWARA.

Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya dan tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Ketua STIE Malangkececwara, Drs. Bunyamin, MM, Ph.D.
2. Dosen pembimbing skripsi Bapak Drs.Hariyanto,M.Si. yang telah banyak memberikan masukan dan saran-saran kepada peneliti sejak awal pembuatan skripsi sampai kepada terselesaikannya skripsi ini..
3. Semangat dan dorongan serta do`a dari Orang Tua saya dan Adik selama masa pendidikan: 1. Tauchid Hidayat. 2. Sab`is Musyafaah. 3. Febrianto Rafi Nurudin, yang telah terabaikan kasih sayangnya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada para Kerabat yaitu: OM Rudi, Ibu Yuyuk, Dude ,Pakde Solikin, Didin dan Novinta, Chyntia, Hanifah seluruh teman-teman kuliah di STIE MALANGKUCECWARA terima kasih atas saran dan do`a yang diberikan serta kepada teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu, peneliti ucapkan terimakasih, semoga Allah selalu memberikan rahmatnya kepada kita semua.

Akhirnya penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa dan para pembaca sekalian.Semoga allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Malang, Maret 2021

(FAISAL YUDHISTIAN PUTRA)

ABSTRAK

Tujuan Penelitian Ini adalah bisa menjadi bahan referensi dan acuan bagi sebuah perusahaan karena sebuah inovasi produk dan harga bisa menjadi salah satu ujung tombak dalam persaingan perdagangan bebas saat ini. Kebutuhan dan keinginan pasar yang begitu dinamis. Sehingga perusahaan harus berpikir kreatif dan inovatif agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya.

Jenis penelitian ini adalah menggunakan survei dapat digunakan untuk menjelaskan (*explanatory* atau *confirmatory*) yakni untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Atau dengan kata lain penelitian penjelasan (*explanatory research*) digunakan untuk menjelaskan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode *survey*. Dimana penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument utama.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa sebagian besar responden berusia 17 - 22 tahun yaitu 68 orang atau 60.7% dimana pada usia muda dan produktif. Jadi hal ini menunjukkan bahwa responden masih dalam usia sekolah dan kuliah serta sangat produktif. Pada usia ini mereka sangat suka sekali dengan produk – produk anak muda seperti frestea untuk menemani di kala belajar ataupun waktu senggang.

Sedangkan untuk Variabel Jenis kelamin menunjukkan responden yang mengkonsumsi produk ini adalah perempuan yaitu sebesar 58.03%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan sangat menyukai produk ini dan digunakan menemani mereka dikala waktu senggang

KATA KUNCI : Inovasi Produk, Harga , Berpikir Kreatif , Inovatif

ABSTRACT

The purpose of this research is to be a reference and reference for a company because a product and price innovation can be one of the spearheads in today's free trade competition. Market needs and wants are so dynamic. So the company must think creatively and innovatively so as not to lose to compete with other companies.

This type of research is using surveys that can be used to explain (explanatory or confirmatory) namely to explain causal relationships and test hypotheses. Or in other words, explanatory research is used to explain causality between variables through hypothesis testing. In this study the effect of product innovation and price on purchasing decisions using the survey method. Where this study uses a questionnaire as the main instrument.

Based on the results of the analysis, it was found that most of the respondents were aged 17 - 22 years, namely 68 people or 60.7% which were at a young and productive age. So this shows that the respondents are still in school and college age and are very productive. At this age they are very fond of youth products such as frestea to accompany them when studying or in their spare time

As for the gender variable, it shows that respondents who consume this product are women, namely 58.03%. This shows that women really like this product and use it to accompany them in their spare time

KEYWORDS: Product Innovation, Price, Creative Thinking, Innovative

Daftar isi

1. Cover	i
-----------------------	----------

2. Lembar Pengesahan	ii
3. Pernyataan Keorisinalitas	iii
4. Ucapan Terima Kasih	iv
5. Abtrak	v
6. Abstract	vi
7. Daftar Isi	vii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	6
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Masalah	12
D. Manfaat Penelitian	12

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori	14
B. Keputusan Pembelian.....	16
C. Bauran Pemasaran.....	20
D. Inovasi	22
E. Harga.....	25
F. Hubungan Antar Variabel	27
G. Penelitian Terdahulu.....	29
H. Kerangka Pemikiran	31

BAB 3 METEODOLOGI PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel	32
B. Jenis dan Sumber Data	2
C. Kerangka Pemikiran.....	3

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Variabel Penelitian	41
1.1. Karakteristik Demografi	2
1.1.1 Variabel Usia	2
1.1.2 Variabel Jenis Kelamin	2
2. Deskripsi Variabel.....	1
2.1 Variabel Inovasi Produk	1
2.2 Variabel Harga	1
2.3 Variabel Keputusan Pembelian	1
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	1
3.1 Uji Validitas.....	1
3.2 Uji Reliabilitas.....	1
4. Analisis Data dan Interpretasi	1
4.1 Analisis Data	1
4.1.1 Pengujian Hipotesis 1	1
4.1.2 Pengujian Hipotesis 11	1
4.2 Intepretasi Hasil Penelitian.....	1

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.....	55
B. SARAN.....	56