



**PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN *BRAND*  
*IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MEUBEL DI PT. MUNIF MEUBEL JEPARA**

Diajukan oleh :

**AHMAD SYAIFUDDIN**  
**NIM. 2012-11-267**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**



**PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL  
DI PT. MUNIF MEUBEL JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**AHMAD SYAIFUDDIN**  
**NIM. 2012-11-267**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL DI PT. MUNIF  
MEUBEL JEPARA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Tanggal ,..... 2017

Mengetahui  
Ketua ProgDi



**Noor Azis, SE, MM.**  
NIDN. 06109107501

Pembimbing I



**Drs. H. M. Masruri, MM.**  
NIDN. 0601085601

Mengetahui  
Dekan,



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**Agung Subono, SE, M.Si.**  
NIDN. 0520017602

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Berdirilah kamu, maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang akan kamu kerjakan.”

(QS. Al-Mujadilah :11)

“Barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia, maka wajiblah baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup akhirat, maka wajib pulalah baginya memiliki ilmu”.

(Al-Hadist)

### Kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tersayang.
2. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Sahabat–sahabatku semuanya.
4. Almamaterku

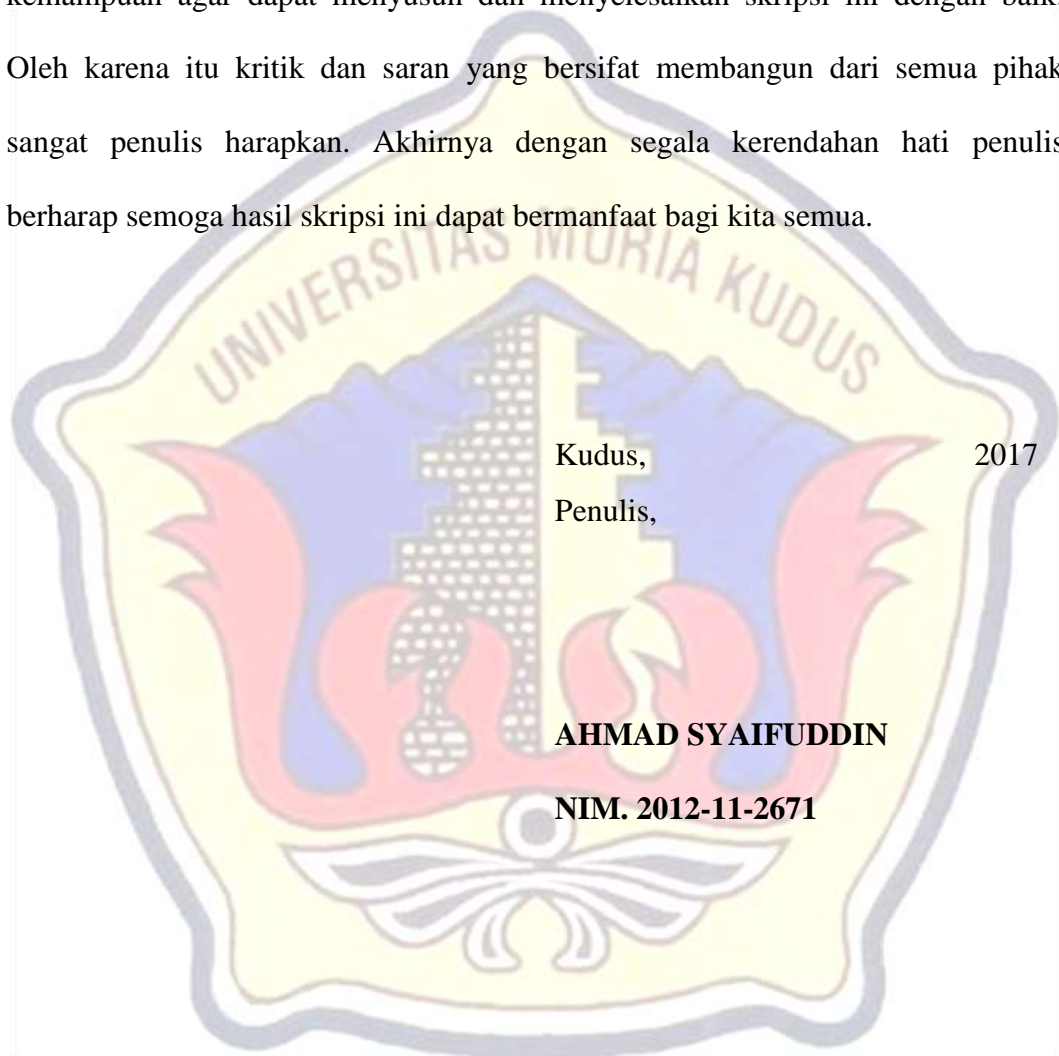
## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
2. Bapak Noor Aziz, SE. MM. Selaku Kaprogdi Manajemen yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Bapak Drs. H. M. Masruri, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
6. Pimpinan dan konsumen PT. Munif Meubel Jepara yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian.
7. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



## ABSTRAKSI

### **PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL DI PT. MUNIF MEUBEL JEPARA**

**AHMAD SYAIFUDDIN**  
**NIM. 2012-11-2671**

**Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, MM.**  
**2. Agung Subono, SE, M.Si.**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian meubel PT Munif Meubel Jepara. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu inovasi produk, harga dan *brand image* berperan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian berperan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap konsumen PT Munif Meubel Jepara dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel inovasi produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, harga dan *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian meubel PT Munif Meubel Jepara. Perusahaan lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga diantaranya biaya produksi, harga kompetitor dan lain sebagainya, bila diperlukan dapat diterapkan sistem potongan harga setiap pembelian meubel tertentu.

**Kata Kunci:** inovasi produk, harga, *brand image* dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

### ***EFFECT OF INNOVATION PRODUCTS, PRICE AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE FURNITURE IN PT. FURNITURE MUNIF JEPARA***

**AHMAD SYAIFUDDIN  
NIM. 2012-11-2671**

**Supervisor : 1. Drs. H. M. Masruri, MM.  
2. Agung Subono, SE, M.Si.**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
ECONOMICS FACULTY OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM**

*This study aims to determine the effect of product innovation, price and brand image on purchasing decisions PT Munif Meubel Jepara furniture. Where the proposed three independent variables and the dependent variable, namely product innovation, price and brand image play a role as the independent variable and purchasing decisions serve as the dependent variable.*

*This study was conducted by a survey of consumer PT Munif Meubel Jepara and analyzed with regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, regressed variable product innovation, price and brand image on purchasing decisions.*

*Companies pay more attention to the factors that affect the price of which the cost of production, the price of competitors and so forth, if necessary can be applied to any purchase rebate system specific furniture.*

*Keywords: product innovation, price, brand image and purchase decisions*



# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Konsep Perilaku Konsumen dan Keputusan Membeli.....	8
2.2. Konsep Inovasi Produk .....	15
2.3. Konsep Harga.....	21
2.4. Konsep <i>Brand Image</i> .....	26
2.5. Tujuan Penelitian Terdahulu .....	32

2.6. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.7. Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	36
3.2. Variabel Penelitian .....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.4. Populasi dan Sampel.....	39
3.5. Pengumpulan Data.....	41
3.6. Pengolahan Data.....	41
3.7. Uji Instrumen .....	43
3.8. Metode Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.2. Penyajian Data .....	50
4.3. Analisis Data .....	57
4.4. Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran-saran .....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas .....	48
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.4. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.5. Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	51
Tabel 4.6. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Inovasi Produk .....	52
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Harga.....	53
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> .....	54
Tabel 4.10. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi .....	55
Tabel 4.12. Hasil Analisis Parsial.....	57
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Berganda .....	60
Tabel 4.14. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34

