



**PENGARUH INOVASI, PERSEPSI NILAI DAN VARIAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MOTOR HONDA
(PT. PRIMA ZIRANG UTAMA KUDUS)**

Diajukan oleh :

FEBRI PRASTIYO

NIM. 2017-11-275

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH INOVASI, PERSEPSI NILAI DAN VARIAN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MOTOR HONDA
(PT. PRIMA ZIRANG UTAMA KUDUS)**

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

Kudus,

2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)
NIDN. 0630098401

(Drs. H. Masruri, M.M)
NIDN. 0601085601

Mengetahui,
Dit Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

(Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N)
NIDN. 0607076401

(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah

(Ar Rumm ayat 31)

Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, didzalimi lalu dimaafkan dan berbuat dzalim lalu istiqfar maka keselamatan dan merekalah orang-orang yang memperoleh hidayah

(H. R. AL Baihagi)

Tidak boleh dengki dan iri hati kecuali dalam 2 hal : iri hati terhadap orang yang dikaruniai harta dan dia selalu menginfakannya pada malam hari dan siang hari.

Juga iri hati kepada yang diberi kepandaian membaca Al-Qur'an, dan dia membacanya setiap malam dan siang hari”

(HR. Bukhari dan Muslim)

Kupersembahkan Kepada :

1. Kedua orangtuaku yang senantiasa selalu memberikan doa restu selama ini.
2. Teman-teman.
3. Almamater Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya ilmu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **PENGARUH INOVASI, PERSEPSI NILAI DAN VARIAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOTOR HONDA (PT. PRIMA ZIRANG UTAMA KUDUS)** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N. selaku Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Drs. H. M. Masruri, MM selaku dosen pembimbing pertama atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM, selaku dosen pembimbing kedua atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancarSeluruh
5. Dosen-Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus, 20 Juli 2021

Peneliti,

Febri Prustiyo

NIM. 2017-11-275



**PENGARUH INOVASI, PERSEPSI NILAI DAN VARIAN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MOTOR HONDA (PT. PRIMA ZIRANG UTAMA KUDUS)**

Febri Prastiyo
NIM. 2017-11-275

Pembimbing I Drs. H. M. Masruri, MM
Pembimbing 2 Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

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

ABSTRAKSI

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh inovasi, persepsi nilai dan varian produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen Motor Honda (PT. Prima Zirang Utama Kudus) . Sampel penelitian sebanyak 120 responden. Teknik menggunakan *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan daftar kuesioner, dokumentasi. Pengolahan data menggunakan scoring, editing, tabulasi, proses input ke komputer. Analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji model dengan metode analisis data SEM (*Structural Equation Modeling*). Berdasarkan hasil analisis menyimpulkan bahwa (1) Ada pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap minat beli motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (2) Ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi nilai terhadap minat beli konsumen motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (3) Ada pengaruh positif dan signifikan antara varian produk terhadap minat beli konsumen motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (4) Ada pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (5) Ada pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap minat beli konsumen motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (6) Ada pengaruh positif dan signifikan antara varian produk terhadap minat beli konsumen motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (7) Ada pengaruh positif dan signifikan antara minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen motor Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus.

Kata kunci : Inovasi, Persepsi Nilai, Varian Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian.

*EFFECT OF INNOVATION, PERCEPTION OF VALUE AND PRODUCT VARIETY
ON BUYING INTEREST AND PURCHASE DECISIONS OF HONDA
MOTORCYCLES (PT. PRIMA ZIRANG UTAMA KUDUS)*

*Febri Prastiyo
NIM. 2017-11-275*

*Advisor 1 Drs. H. M. Masruri, MM
Advisor 2 Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM*

*MUIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM
MANAGEMENT*

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effect of innovation, perceived value and product variants on buying interest and consumer purchasing decisions for Honda Motor (PT. Prima Zirang Utama Kudus). The research sample was 120 respondents. The technique uses accidental sampling. Collecting data using a list of questionnaires, documentation. Data processing uses scoring, editing, tabulation, input process to a computer. Data analysis used validity and reliability test, model test with SEM (Structural Equation Modeling) data analysis method. Based on the results of the analysis concluded that (1) There is a positive and significant effect between product innovation on buying interest in Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (2) There is a positive and significant effect between perceived value on consumer buying interest for Honda motorcycles at PT. Prima Zirang Utama Kudus; (3) There is a positive and significant effect between product variants on consumer buying interest for Honda motorcycles at PT. Prima Zirang Utama Kudus; (4) There is a positive and significant influence between product innovation on consumer purchasing decisions for motorcycles or Honda PT. Prima Zirang Utama Kudus; (5) There is a positive and significant effect between product innovation on consumer buying interest for Honda motorcycles at PT. Prima Zirang Utama Kudus; (6) There is a positive and significant effect between product variants on consumer buying interest for Honda motorcycles at PT. Prima Zirang Utama Kudus; (7) There is a positive and significant influence between buying interest on consumer purchasing decisions for Honda motorcycles at PT. Prima Zirang Utama Kudus.

Keywords: Innovation, Perceived Value, Product Variants, Purchase Intention, and Purchase Decision.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Keputusan Pembelian	8
2.2. Minat Beli	11
2.3. Inovasi Produk	17
2.4. Persepsi Nilai	23
2.5. Varian Produk	26
2.6. Pengaruh Antar Variabel	27
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.9. Hipotesis	38
BAB III. METODE PENELITIAN	40
3.1. Rancangan Penelitian	40
3.2. Variabel Penelitian	42
3.3. Jenis dan Sumber Data	43
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	43
3.5. Pengumpulan Data	44
3.6. Analisis Data	46
3.7. Analisis Data	46
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.2. Penyajian Data	62
4.3. Analisis Data	72
4.4. Pembahasan	91
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Data Target dan Realisasi Penjualan	3
2.1. Definisi Operasional Variabel	47
3.1. Table Indeks Goodness of Fit	57
4.1. Data Responden	66
4.2. Deskripsi Variabel Inovasi Produk	67
4.3. Deskripsi Variabel Persepsi Nilai (X2)	68
4.4. Deskripsi Variabel Varian Produk (X3)	69
4.5. Deskripsi Variabel Minat Beli	70
4.6. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	71
4.7. Uji Convergent Validity	72
4.8. Uji Variance Extracted (AVE)	73
4.9. Dicriminant Validity	74
4.10. Uji Construct Reliability	75
4.11. Uji Normalitas	76
4.12. Analisis Ouliers	78
4.13. Uji Mohdel Goodness of Fit Variabel Eksogen	79
4.14. Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen	81
4.15. Uji Model Goodness of Fit Full Model	83
4.16. Hasil Estimasi Standardized Regression Weight	84
4.17. Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation)	85
4.18. Regresssion Weight	86
4.19. Hasil Estimasi Indirect Effect dan Total Effect	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Pengaruh Inovasi, Persepsi Nilai dan Varian Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen Motor Honda (PT. Prima Zirang Utama Kudus)	38
4.1. Struktur Organisasi	79
4.2. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen	79
4.3. Konfirmatory Konstruk Endogen	80
4.4. Konfirmatory Model Measurement	82
4.5. Pengujian Full Model SEM	84

