



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PRODUK KAPAL API (STUDI KASUS PADA PELANGGAN
DI HYPERMART KUDUS USIA 20-70 TAHUN)**

Diajukan Oleh :

MINDAYATI
NIM 201711217

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PRODUK KAPAL API (STUDI KASUS PADA PELANGGAN
DI HYPERMART KUDUS USIA 20-70 TAHUN)**

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

Diajukan Oleh :

MINDAYATI
NIM 201711217

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

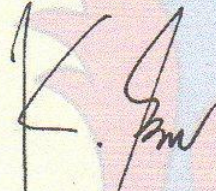
PERSETUJUAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KAPAL API (STUDI KASUS
PADA PELANGGAN DI HYPERMART KUDUS USIA 20-70 TAHUN)**

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

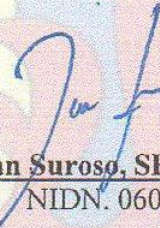
Tanggal ,

Pembimbing I



Dr. Kertati Sumekar, SE., MM.
NIDN./0616077304

Pembimbing II



Iwan Suroso, SE., MM., CFP.
NIDN. 0603067701

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., MM.
NIDN. 0628048702

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KAPAL API (STUDI KASUS
PADA PELANGGAN DI HYPERMART KUDUS USIA 20-70 TAHUN)**

Nama : Mindayati
NIM : 201711217
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702


Dr. Kertati Sumekar, SE., MM.
NIDN. 0616077304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304


Iwan Suroso, SE., MM., CFP.
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Bangun kesuksesan dari kegagalan. Keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncatan yang paling baik menuju kesuksesan." -Dale Carnegie-

PERSEMBAHAN :

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi, penulis persembahkan karya kecil ini untuk:

- 1. Bapak Taufik Sajam (Alm)*
- 2. Ibu Sukati*
- 3. Sriyanti (kakak)*
- 4. Susanto (kakak)*
- 5. Joko Cahyono (suami)*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah atas ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KAPAL API (STUDI KASUS PADA PELANGGAN DI HYPERMART KUDUS USIA 20-70 TAHUN)”**. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Sarjana di Universitas Muria Kudus.

Penulis memahami tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I dan Iwan Suroso, SE., MM., CFP., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ayah, ibu dan saudara yang senantiasa mendukungu secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seangkatan yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus,

2022

Penulis,

Mindayati
NIM 201711217

Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Kapal Api (Studi Kasus pada Pelanggan di Hypermart Kudus usia 20-70 Tahun)

Mindayati
NIM 201711217

Pembimbing : 1. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM.
2. Iwan Suroso, SE., MM., CFP.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus yang berusia 20-70 tahun yang berjumlah 145 responden dan pengambilan sampel menggunakan pendekatan slovin. Teknik mengambil data memakai metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, normalitas, outlier, uji hipotesis dan uji mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen produk Kapal Api di Hypermart Kudus.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Inovasi, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, Minat Beli.

The Influence of Product Quality, Innovation and Sales Promotion on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables on Kapal Api Products (Case Study on Customers at Hypermart Kudus aged 20-70 Years)

Mindayati

NIM 201711217

Lecturer : 1. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM.
2. Iwan Suroso, SE., MM., CFP.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, innovation and sales promotion on purchasing decisions through buying interest. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is the consumers of Kapal Api products at Hypermart Kudus aged 20-70 years, totaling 145 respondents and taking the sample using a slovin approach. The technique of collecting data is using the questionnaire method. The data analysis technique used validity and reliability tests, normality, outliers, hypothesis testing and mediation tests. The results showed that product quality had a positive and significant effect on consumer buying interest in Kapal Api products at Hypermart Kudus. Innovation has a positive and significant effect on consumer buying interest in Kapal Api products at Hypermart Kudus. Sales promotion has a positive and significant effect on consumer buying interest in Kapal Api products at Hypermart Kudus. Product quality has no effect on consumer purchasing decisions for Kapal Api products at Hypermart Kudus. Innovation has a positive and significant impact on consumer purchasing decisions for Kapal Api products at Hypermart Kudus. Sales promotions have no effect on consumer purchasing decisions for Kapal Api products at Hypermart Kudus. Purchase intention has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for Kapal Api products at Hypermart Kudus. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions through consumer buying interest in Kapal Api products at Hypermart Kudus. Innovation has a positive and significant impact on purchasing decisions through consumer buying interest in Kapal Api products at Hypermart Kudus. Sales promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions through consumer buying interest in Kapal Api products at Hypermart Kudus.

Keywords: Product Quality, Innovation, Sales Promotion, Purchase Decision, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kualitas Produk.....	13
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.2 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.2 Inovasi.....	18
2.2.1 Pengertian Inovasi	18

	Halaman
2.2.2 Indikator Inovasi.....	20
2.3 Promosi Penjualan.....	22
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan	22
2.3.2 Indikator Promosi Penjualan.....	24
2.4 Minat Beli	26
2.4.1 Pengertian Minat Beli	26
2.4.2 Indikator Minat Beli	27
2.5 Keputusan Pembelian.....	29
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	32
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	34
2.7 Penelitian Terdahulu	44
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.9 Hipotesis.....	53
 BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian	54
3.2. Variabel Penelitian	54
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.4. Jenis dan Sumber Data	59
3.5. Populasi dan Sampel	60
3.6. Pengumpulan Data	61
3.7. Pengolahan Data.....	62
3.8. Analisis Data	63
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.2. Penyajian Data	75

	Halaman
4.2.1 Karakteristik Responden.....	75
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	77
4.3. Analisis Data	81
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	82
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	92
4.3.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	94
4.3.4 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	96
4.3.5 Uji Hipotesis	97
4.3.6 Analisis Pengaruh Langsung	100
4.3.7 Analisis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	100
4.3.8 Besarnya <i>Total Effect</i>	101
4.4. Pembahasan.....	102
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	102
4.4.2 Pengaruh Inovasi terhadap Minat Beli	103
4.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli...	105
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	106
4.4.5 Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian ...	107
4.4.6 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	109
4.4.7 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	110
4.4.8 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	111

	Halaman
4.4.9 Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	113
4.4.10 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	114

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan Produk Kapal Api di Hypermart Kudus Periode 2018-2020	7
Tabel 3.1	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit Index</i>)...	68
Tabel 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	76
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	77
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Inovasi (X2).....	78
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X3).....	79
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Minat Beli (Y1).....	80
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y2).....	81
Tabel 4.9	Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	83
Tabel 4.10	Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	85
Tabel 4.11	Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	87
Tabel 4.12	Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	89
Tabel 4.13	Regression Weights: (Group number 1 - Default model).....	90
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	91
Tabel 4.15	Uji Normalitas.....	92
Tabel 4.16	Hasil <i>Outlier</i>	94
Tabel 4.17	Uji <i>Full Model Goodness Of Fit SEM</i>	95
Tabel 4.18	<i>Square Multiple Correlation</i>	96
Tabel 4.19	Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel.....	97
Tabel 4.20	Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	100
Tabel 4.21	Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian	100
Tabel 4.22	Besar <i>Total Effect</i>	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Kapal Api (studi kasus pada pelanggan di Hypermart Kudus usia 20-70 tahun).....	52
Gambar 3.1 <i>Path Diagram</i>	64
Gambar 4.1 Output Variabel Eksogen Tahap I	83
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Tahap II.....	85
Gambar 4.3 Output Variabel Eksogen Tahap III.....	87
Gambar 4.4 Output Variabel Endogen Tahap I.....	89
Gambar 4.5 Output Variabel Endogen Tahap II.....	90
Gambar 4.6 <i>Structural Equation Modelling</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	126
Lampiran 2	Data Responden	131
Lampiran 3	Tabulasi Kuesioner	136
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	147
Lampiran 5	Hasil Analisis Data	156

