

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, INOVASI PRODUK
KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
PADA SENTRA SOUVENIR DI DESA MULYOHARJO
JEPARA**



TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata dua (S2)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh

AMINUDIN

202001048

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

TESIS

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, INOVASI PRODUK
KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
PADA SENTRA SOUVENIR DI DESA MULYOHARJO
KABUPATEN JEPARA**

Oleh

AMINUDIN

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Tesis
Program Studi Magister manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
tanggal : 30 Agustus 2022

Dosen Pembimbing 1

(**Dr. MAMIK INDARYANI, MS**)
NIDN.0628045901

Dosen Pembimbing 2

(**SUTONO, SE, MM, PhD**)
NIDN.0626017003

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus



(**Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs., M.M.**)
NIDN.0618066201

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, INOVASI PRODUK
KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA SENTRA
SOUVENIR DI DESA MULYOHARJO KABUPATEN
JEPARA**

Nama Mahasiswa : AMINUDIN
NIM : 202001048
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Ujian : 30 Agustus 2022

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS (.....)

Anggota : Sutono, SE.MM, PhD (.....)

TIM DOSEN PEGUJI

Dosen Penguji : Dr. Kertati Sumekar, SE.,MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa didalam Naskah Tesis dengan judul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, INOVASI PRODUK, KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA SENTRA SOUVENIR DI DESA MULYO HARJO KABUPATEN JEPARA

Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

Apabila ternyata di dalam naskah penelitian tesis ini dapat di buktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN di cabut, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Kudus,Agustus 2022



METERAL TEMPEL
10000
DC79AJX904E12046

AMINUDIN
NIM. 20200148

RIWAYAT HIDUP

Aminudin , Tempat tanggal lahir lahir di jepara 08 Agustus 1976 anak dari Bapak Sukari dan Ibu Sukamah, Riwayat pendidikan di SDN 1 Slagi Mlonggo, Jepara lulus tahun 1988, SMPN1 Mlonggo, Jepara lulus tahun 1991, SMAN 1 Bangsri lulus tahun 1994, S1 Ekonomi Menejemen di STIENU Jepara lulus tahun 2004. Pengalaman kerja sebagai direktur konsultan CV. Mangun Ajib Design 2003-2020, konsultan Arsitek freeland sampai sekarang.



UCAPAN TERIMAKASIH

Penlis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebenar-benarnya kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Ir.Darsono, M.Si. selaku rector Universitas Muria Kudus yang telah memberi kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, SE.,MM Selaku Dekan Universitas Muria Kudus yang telah memberi kesempatan dan memotivasi dalam menyelesaikan studi
3. Bapak Dr.Drs.H Mochammad Edris, MM Selaku Ketua Program Studi Magister Menejemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas dorongan dan motivasinya dalam menyelesaikan studi
4. Ibu Dr. Mamik Indaryani,MS selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehigga tercapainya kesempurnaan tesis ini.
5. Bapak Sutono,SE,MM,Ph.D selaku pembimbing kedua telah memberikan bimbingan dan arahan sehigga tercapainya kesempurnaan tesis ini.
6. Para Dosen semua yang terlibat selama perkuliahan yang memberikan pembelajaran dalam penyelesaian program pasca sarjana ini.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan dan memberi semangat
8. Istri dan kedua anakku kucinta dan kusayangi atas dukungan dan semangatnya sampai terselesaikannya studi ini.
9. Seluruh pengrajin dan pemilik toko kawasan sentra souvenir mulyoharjo yang bersedia membantu dan meluangkan waktu untuk kesempurnaan tesis ini.
10. Seluruh pihak lain yang membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran studi S2 ini

Semoga Allah SWT memberikan rahmatnya kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan tesis ini.

Kudus,.....2022
Penulis

AMINUDIN

ABSTRAK

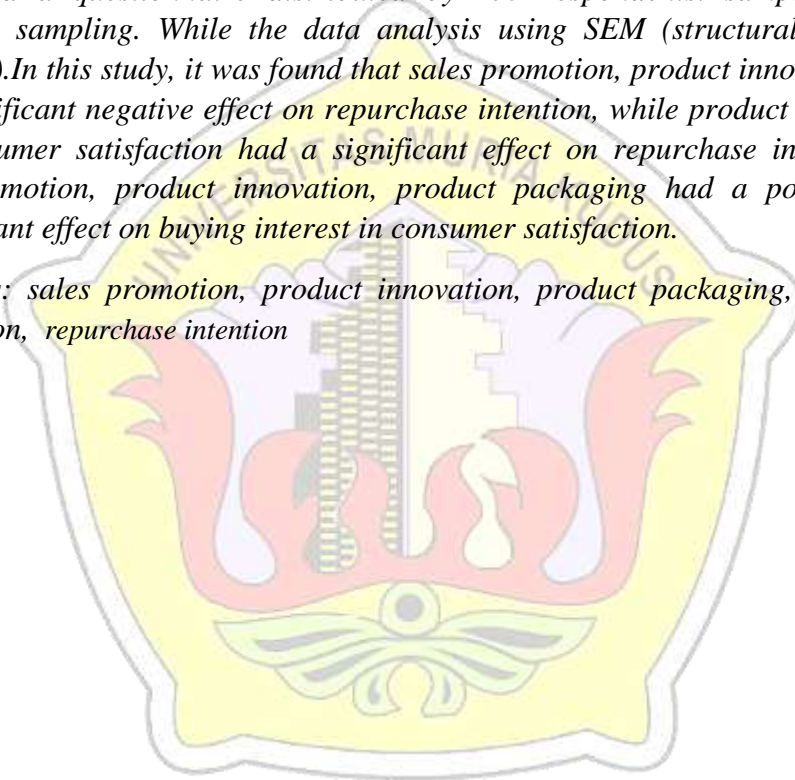
Penelitian ini mengambil judul pengaruh promosi penjualan, inovasi produk, kemasan produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Dilatar belakangi oleh pentingnya promosi penjualan, inovasi produk, kemasan produk, kepuasan konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang pada sentra souvenir di desa Mulyoharjo kabupaten Jepara karena selama dua tahun terakhir mengalami penurunan penjualan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam judul dalam peningkatan penjualan souvenir di sentra souvenir di desa Mulyoharjo. Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatory research*. Adapun alat dalam penelitian ini menggunakan kusioner yang disebarakan sebanyak 175 responden. pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sedangkan analisis data menggunakan SEM (*structural Equation modelling*). Pada penelitian ini menghasilkan bahwa promosi penjualan, inovasi produk berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan kemasan produk dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, namun promosi penjualan, inovasi produk, kemasan produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli ulang kepuasan konsumen.

Kata kunci: promosi penjualan, inovasi produk, kemasan produk, kepuasan konsumen, minat beli ulang

ABSTRACT

This study takes the title of the effect of sales promotion, product innovation, product packaging on repurchase intention through consumer satisfaction. motivated by the importance of sales promotion, product innovation, product packaging, consumer satisfaction to increase repurchase interest at the Mulyoharjo souvenir center, Jepara district because for the last three years there has been a decline in sales. The purpose of this study is to find out the effect of the variables in the title in increasing the sale of souvenirs at the Mulyoharjo souvenir center. This type of research is explanatory research. The tool in this study used a questionnaire distributed by 175 respondents. sampling using purposive sampling. While the data analysis using SEM (structural Equation modeling).In this study, it was found that sales promotion, product innovation had an insignificant negative effect on repurchase intention, while product packaging and consumer satisfaction had a significant effect on repurchase interest, but sales promotion, product innovation, product packaging had a positive and insignificant effect on buying interest in consumer satisfaction.

Keywords: sales promotion, product innovation, product packaging, consumer satisfaction, repurchase intention



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, INOVASI PRODUK, KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA SENTRA SOUVENIR DI DESA MULYOHARJO KABUPATEN JEPARA

Sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Pasca Sarjana pada Program Studi Magister Manajemen (S-2) Universitas Muria Kudus.

Sebagai sebuah tesis tentunya masih jauh dari sempurna dalam penulisan, untuk itu kami harapkan kritik dan saran guna menjadikan lebih baik. Saya sampaikan terimakasih Dosen pembimbing Dr. Mamik Indaryani, MS dan Sutono, SE, MM, PhD. atas arahan dan motivasinya selama proses penulisan tesis hingga selesai sesuai jadwal. Semoga tesis ini bermanfaat bagi seluruh pembaca dapat memberikan sumbangsih dan sebagai bahan literasi untuk diterapkan baik praktek ataupun dalam penelitian selanjutnya.

Kudus.....2022

Penulis

AMINUDIN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	0
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	i
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS TESIS	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	v
ABSTACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABELDAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Penelitian terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	18

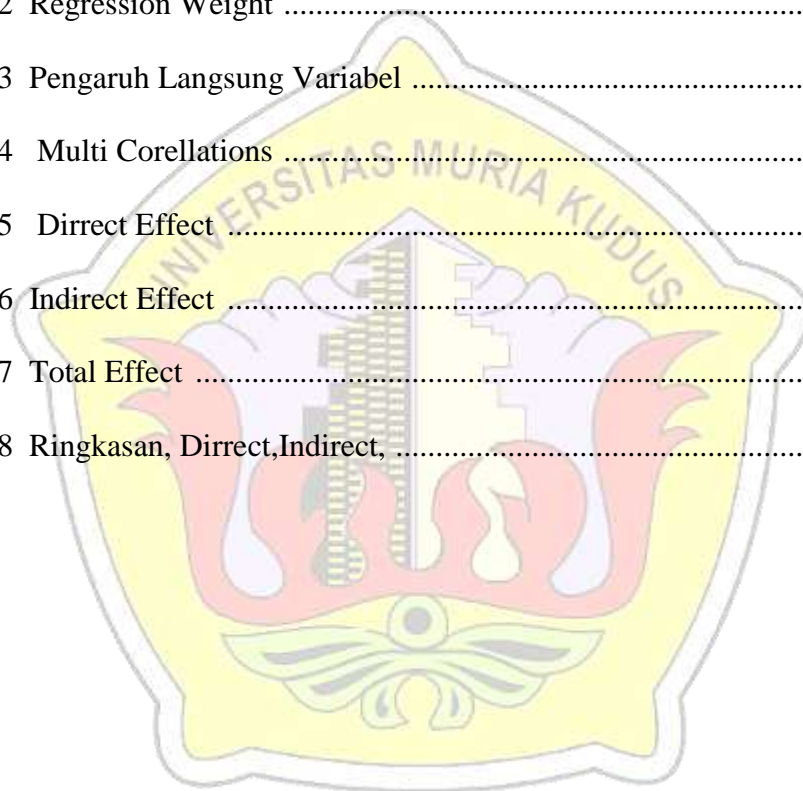
2.2.1 Promosi Penjualan	18
2.2.2 Inovasi Produk	25
2.2.3 Kemasan Produk	30
2.2.4 Kepuasan Konsumen	34
2.2.5 Minat Beli Ulang	35
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN	42
3.1 Kerangka Konsep	42
3.2 Pengaruh Antar Variabel	43
3.3 Hipotesis Penelitian	51
BAB IV METODE PENELITIAN	54
4.1 Tempat dan waktu penelitian	54
4.2 Metode Pengambilan Sampel	54
4.3 Metode Pengumpulan Data	56
4.4 Sumber dan Jenis Data	57
4.5 Pengukuran Variabel	57
4.6 Analisis Data	58
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	69
5.1 Deskripsi Responden Penelitian	69
5.2 Pelaksanaan Penelitian	72
5.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian	72
5.3.1 Variabel Promosi Penjualan	74
5.3.2 Inovasi produk	74
5.3.3 Kemasan Produk	75

5.3.4 Minat Beli Ulang	76
5.3.5. Kepuasan Konsumen	77
5.4 Uji Instrumen Penelitian	78
5.5 Hasil Analisis Inferensial	81
5.5.1 Hasil Analisis Faktori Konfirmatori	82
5.5.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	90
5.6 Pengujian Hipotesis	92
5.6.1 Analisis Pengaruh angsung	106
5.6.2 Pengaruh langsung (direct) dan Pengaruh tidak langsung indirect) ..	100
5.6.3 Besarnya Total Effect	101
5.6.4 Uji Mediasi	104
5.7 Pembahasan	105
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	120
6.2 Implikasi Teoritis dan Manajerial	121
6.3 Agenda Penelitian Mendatang	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	127
1. Data Penelitian	1
2. Hasil Penelitian	2
3. Kuesioner	3
4. Surat ijin peneltian	4
5. Bukti Lembar Hasil Turnitin	5

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar Pengrajin	4
1.2 Daftar Pengrajin	5
1.3 Daftar Pengrajin	5
4.1 Jumlah Responden	54
4.2 Perhitungan Sampel	55
5.1 Responden berdasar Jenis Kelamin	69
5.2 Responden berdasar Umur	70
5.3 Responden berdasar Pendidikan	70
5.4 Responden berdasar Pekerjaan	71
5.5 Responden berdasar Pendidikan	71
5.6 Responden Promosi Penjualan	73
5.7 Responden Inovasi Produk	74
5.8 Responden Kemasan Produk	75
5.9 Responden kemasan Produk	76
5.10 Responden Kepuasan	77
5.11 Uji Convergent Validitas	79
5.12 Uji Average Variance Extracted	79
5.13 Uji Discriminant Validity	80
5.14 Uji Construct Reliability	80
5.15 Variabel Eksogen	82

5.16 Regression Weights Variabel Eksogen	83
5.17 Variabel Endogen	85
5.18 Regression Weights Variabel Endogen	86
5.19 Full Model	89
5.20 Uji Normalitas Data.....	91
5.21 Uji Outlier	92
5.22 Regression Weight	93
5.23 Pengaruh Langsung Variabel	94
5.24 Multi Correlations	94
5.25 Direct Effect	100
5.26 Indirect Effect	101
5.27 Total Effect	102
5.28 Ringkasan, Direct, Indirect,	104



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1.1 Data Export	6
3.1 Kerangka Pikir	42
4.1 Diagram Jalur	60
5.1 Analisa Konfirmatori Eksogen	82
5.2 Analisa Konfirmatori Endogen	85
5.3 Analisis Full Measurement	87
5.4 Analisis Full Model	89

