



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI TEKNOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA
HIDUP SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DERICHA FIRLANA RAHMADHA

201911154

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

2024



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI TEKNOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA
HIDUP SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI KUDUS)**

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

Oleh:

DERICHA FIRLANA RAHMADHA

201911154

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

2024

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI TEKNOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI KUDUS)

Nama : Dericha Firlana Rahmadha
NIM : 201911154
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Dosen Pembimbing I

(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)

NIDN.0630098401

Dosen Pembimbing II

(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN.0601099201

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI TEKNOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI KUDUS)

Nama : Dericha Firlana Rahmadha

NIM : 201911154

Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui

Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701



Pembimbing I


(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)

NIDN.0630098401

Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN: 0616077304

Pembimbing II


(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN.0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan salat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah: 153)

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya”

(Q.S Ali Imran: 173)

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud rasa syukur kepada:

- Kedua orang tua saya tercinta
- Kakak dan Adik saya tercinta
- Dosen jurusan Manajemen
- Teman – teman seperjuangan
- Serta almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna iPhone Di Kudus)”**.

Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil, secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M. Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

4. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan membantu serta membimbing penulis dengan penuh kesabaran dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.
5. Ibu Faridhatun Faidah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi petunjuk, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi berlangsung.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang luar biasa hingga saat ini, tak pernah lelah membimbing dan memberi motivasi, serta tak pernah lelah berdo'a untuk penulis. Ketulusan dan jerih payahnya hanyalah Allah SWT yang dapat membalas, semoga penulis dapat memberikan yang terbaik untuk bapak dan ibu.
8. Kakak dan Adik saya tercinta yang menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
9. Keluarga besar tercinta yang memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis yang tak pernah putus.
10. Sahabat-sahabat terbaik yang senantiasa kebersamai penulis dalam menyelesaikan skripsi, mendengarkan keluh kesah penulis dan memberi motivasi serta semangat yang luar biasa.
11. Teman-teman manajemen sepejuangan yang senantiasa memberi semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis setiap saat.

12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

13. Dan yang terakhir, terimakasih yang sebesar-besarnya kepada diri penulis yang selalu berusaha dan terus berjuang sampai akhirnya skripsi ini terselesaikan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi dunia pendidikan dan penelitian selanjutnya.

Kudus, Januari 2024

Penulis



Dericha Firlana Rahmadha

NIM. 201911154

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI KUDUS)**

Dericha Firlana Rahmadha

201911154

Pembimbing 1 : Dina Lusianti, .SE, MM, AAK

Pembimbing 2 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan inovasi teknologi terhadap keputusan pembelian dengan gaya hidup sebagai variabel intervening (studi pada pengguna iPhone di Kudus). Sampel yang diambil sebanyak 132 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan cara menyebar kuesioner melalui link *google form*. Alat analisis yang digunakan yaitu AMOS 24.0. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 1.) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2.) Inovasi Teknologi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, 3.) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup, 4.) Inovasi Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 5.) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Inovasi produk tidak menjadi variabel intervening tetapi pengaruhnya lemah antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Inovasi teknologi mampu menjadi variabel intervening antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil nilai *multiple correlation* sebesar 53,3% dan 71,3% yang masih terbatas maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang berpengaruh gaya hidup dan keputusan pembelian, seperti variabel citra merek, promosi, pengalaman belanja, digital marketing.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Inovasi Teknologi, Keputusan Pembelian, Gaya Hidup, Iphone

THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND TECHNOLOGICAL INNOVATION ON PURCHASING DECISIONS WITH LIFESTYLE AS AN INTERVENING VARIABLE

(STUDY ON IPHONE USERS IN KUDUS)

Dericha Firlana Rahmadha

201911154

Pembimbing 1 : Dina Lusianti, SE, MM, AAK

Pembimbing 2 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product innovation and technological innovation on purchasing decisions with lifestyle as an intervening variable (study of iPhone users in Kudus). The sample taken was 132 respondents. The data used in this research was taken by distributing questionnaires via the Google Form link. The analysis tool used is AMOS 24.0. Based on the results of hypothesis testing in this research, it shows that 1.) Product Innovation has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, 2.) Technological Innovation has no effect on Purchasing Decisions, 3.) Product Innovation has a positive and significant effect on Lifestyle, 4.) Innovation Technology has a positive and significant effect on purchasing decisions. 5.) Lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product innovation is not an intervening variable but lifestyle has a weak influence on purchasing decisions. Technological innovation can be an intervening variable between lifestyle and purchasing decisions. Based on the results of multiple correlation values of 53.3% and 71.3% which are still limited, further research is expected to add other variables that influence lifestyle and purchasing decisions, such as brand image variables, promotions, shopping experience, digital marketing.

Keywords: Product Innovation, Technological Innovation, Purchasing Decisions, Lifestyle, iPhone

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Ruang Lingkup..... | 14 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 15 |
| 1.3.1 Identifikasi Masalah | 15 |
| 1.3.2 Pertanyaan Penelitian | 15 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 16 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 17 |
| 2.1 Landasan Teori | 18 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 18 |
| 2.2 Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.3 Gaya Hidup | 27 |
| 2.3.1 Definisi Gaya Hidup..... | 27 |
| 2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup | 28 |
| 2.3.3 Indikator Gaya Hidup | 31 |
| 2.4 Inovasi Produk..... | 34 |
| 2.4.1 Definisi Inovasi Produk | 34 |
| 2.4.2 Indikator Inovasi Produk | 36 |

| | | |
|--------------------------------|--|----|
| 2.5 | Inovasi Teknologi..... | 37 |
| 2.5.1 | Definisi Inovasi Teknologi..... | 37 |
| 2.5.2 | Indikator Inovasi Teknologi..... | 38 |
| 2.6 | Pengaruh Antar variabel..... | 41 |
| 2.6.1 | Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 41 |
| 2.6.2 | Pengaruh Inovasi Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian..... | 42 |
| 2.6.3 | Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Gaya Hidup..... | 42 |
| 2.6.4 | Pengaruh Inovasi Teknologi Terhadap Gaya Hidup..... | 43 |
| 2.6.5 | Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian..... | 44 |
| 2.7 | Penelitian Terdahulu..... | 45 |
| 2.8 | Kerangka Pikiran Teoritis..... | 48 |
| 2.8.1 | Hipotesis..... | 49 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 50 |
| 3.1 | Rancangan Penelitian..... | 50 |
| 3.2 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 50 |
| 3.2.1 | Variabel Penelitian..... | 50 |
| 3.2.2 | Definisi Operasional..... | 51 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data..... | 53 |
| 3.3.1 | Jenis Data..... | 53 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 54 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 54 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 54 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 55 |
| 3.5 | Pengumpulan Data..... | 56 |
| 3.5.1 | Kuesioner..... | 56 |
| 3.6 | Uji Instrumen Penelitian..... | 57 |
| 3.6.1 | Uji Validitas..... | 57 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas..... | 58 |
| 3.6.3 | Normalitas Data..... | 59 |
| 3.7 | Pengolahan Data..... | 59 |
| 3.8 | Analisis Data..... | 60 |
| 3.9 | Uji Hipotesis..... | 68 |

| | | |
|-----------------------------------|--|-----|
| 3.10 | Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 69 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 70 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 70 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum iPhone..... | 70 |
| 4.2 | Penyajian Data | 71 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden..... | 71 |
| 4.3 | Deskriptif Variabel Penelitian..... | 74 |
| 4.3.1 | Inovasi Produk | 74 |
| 4.3.2 | Inovasi Teknologi | 75 |
| 4.3.3 | Gaya Hidup..... | 76 |
| 4.3.4 | Keputusan Pembelian | 77 |
| 4.4 | Analisis Data | 78 |
| 4.4.1 | Analisis Konfirmatori | 78 |
| 4.5 | Uji Instrumen Data..... | 88 |
| 4.5.1 | Uji Validitas..... | 88 |
| 4.5.2 | Uji Reliabilitas | 90 |
| 4.6.1 | Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM | 91 |
| 4.7 | Pembahasan..... | 100 |
| 4.7.1 | Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 100 |
| 4.7.2 | Inovasi Teknologi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian ... | 101 |
| 4.7.3 | Inovasi Produk Terhadap Gaya Hidup..... | 102 |
| 4.7.4 | Inovasi Teknologi Berpengaruh Terhadap Gaya Hidup | 103 |
| 4.7.5 | Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian | 104 |
| 4.7.6 | Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Gaya Hidup Melalui | 104 |
| 4.7.7 | Inovasi Teknologi Berpengaruh Terhadap Gaya Hidup Melalui..... | 105 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 107 |
| 5.1 | KESIMPULAN | 107 |
| 5.2 | SARAN..... | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 107 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Keluhan Pengguna Terkait Inovasi Produk..... | 5 |
| Tabel 1.2 Keluhan Pengguna Terkait Inovasi Teknologi..... | 7 |
| Tabel 3.5 Skala Likert..... | 57 |
| Tabel 3.8 Uji <i>Goodness of Fit</i> | 69 |
| Tabel 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 71 |
| Tabel 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Usia..... | 72 |
| Tabel 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 72 |
| Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Inovasi Produk..... | 73 |
| Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Inovasi Teknologi..... | 74 |
| Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Gaya Hidup..... | 75 |
| Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... | 76 |
| Tabel 4.8 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> | 78 |
| Tabel 4.9 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> | 79 |
| Tabel 4.10 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> | 80 |
| Tabel 4.11 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> | 82 |
| Tabel 4.12 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> | 83 |
| Tabel 4.13 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> | 84 |
| Tabel 4.14 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> | 85 |
| Tabel 4.15 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> | 87 |
| Tabel 4.16 Uji Validitas | 88 |
| Tabel 4.17 Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> | 89 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> | 90 |
| Tabel 4.19 Uji Reliabilitas..... | 91 |
| Tabel 4.20 Uji Normalitas..... | 92 |
| Tabel 4.21 <i>Mahalanobis d-squared</i> | 93 |
| Tabel 4.22 <i>Standardized Regression Weights</i> | 94 |
| Tabel 4.23 <i>Square Multiple Correlation</i> | 95 |
| Tabel 4.24 Pengujian Hipotesis..... | 96 |
| Tabel 4.25 Analisis Pengaruh Langsung..... | 99 |
| Tabel 4.26 Analisis Pengaruh Tidak Langsung..... | 99 |
| Tabel 4.27 Besar Total <i>Effect</i> | 100 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 1.1 Index Penjualan <i>Smartphone</i> Tahun 2023 | 4 |
| Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian | 18 |
| Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis | 48 |
| Gambar 4.1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan..... | 77 |
| Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan..... | 79 |
| Gambar 4.3 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan..... | 81 |
| Gambar 4.4 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan..... | 83 |
| Gambar 4.5 Full Measurement Model Sebelum Perbaikan..... | 85 |
| Gambar 4.6 Full Measurement Model Setelah Perbaikan..... | 86 |
| Gambar 4.7 <i>Structural Equation Modelling</i> | 88 |