



**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA KONSUMEN**

**RICHEESE FACTORY KUDUS**

Oleh:

**Eli Zulia Sari**

2020-11-108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2024**



**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA KONSUMEN  
RICHEESE FACTORY KUDUS**

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

Oleh:

**ELI ZULIA SARI**

2020-11-108

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

**TAHUN 2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA  
KONSUMEN RICHEESE FACTORY KUDUS**

Nama : Eli Zulia Sari  
NIM : 202011108  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, .....

Pembimbing I



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)**

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



**(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)**

NIDN. 0610019601

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA  
KONSUMEN RICHEESE FACTORY KUDUS**

Nama : Eli Zulia Sari  
NIM : 202011108  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



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

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)

NIDN. 0628048702

Mengetahui,  
Dekan



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

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)

NIDN. 0610019601

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”

(B.J. Habibie)

### **Persembahan:**

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis

Persembahkan kepada:

1. Bapak dan ibu dosen yang telah membimbing saya
2. Bapak, ibu dan kakak yang selalu memberikan doa, support dan nasehat
3. Sahabat dan rekan seperjuangan yang sudah mensupport dalam penyusunan skripsi ini
4. Almamater tercinta Universitas Muria Kudus

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA KONSUMEN RICHEESE FACTORY KUDUS”**.

Tujuan penyusunan ini guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I, yang selalu memberikan arahan serta meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
5. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K dosen pembimbing II, yang selalu memberikan arahan serta meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu serta pengalaman.

7. Kedua orang tuaku, Bapak Ajidan dan Ibu Romdhonah. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan penuh, kerja kerasnya serta di setiap sujudnya menjadi doa untuk kesuksesan anaknya hingga penulis sampai sarjana.
8. Kedua kakaku Alm. Nanang Pujianto dan Sri Untana Sari yang selalu memberikan support dan mendoakan hingga penulis sampai sarjana.
9. Terima kasih untuk Luluk Lutfiyah dan Eka Novi Damayanti yang selalu memberikan support dan semangat di dalam mengerjakan menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri pada khususnya, bagi kita semua dan segenap pembaca pada umumnya.

Kudus, 2024

Penulis

Eli Zulia Sari

NIM.202011108

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA KONSUMEN  
RICHEESE FACTORY KUDUS**

Eli Zulia Sari

2020-11-108

Pembimbing

1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, *Brand Image* dan Promosi Penjualan terhadap Keunggulan Bersaing. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer. Populasi pada penelitian ini yaitu pada konsumen Richeese Factory Kudus. Metode yang digunakan *purposive sampling* penelitian ini memiliki sampel sebanyak 160 responden. Data yang digunakan yaitu data primer, untuk menguji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi produk tidak berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, *Brand image* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

**Kata kunci: Inovasi Produk, *Brand Image*, Promosi Penjualan, Keunggulan Bersaing**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, BRAND IMAGE AND  
SALES PROMOTION ON COMPETITIVE ADVANTAGE IN KUDUS  
RICHEESE FACTORY CONSUMERS**

Eli Zulia Sari

2020-11-108

*Mentor*

1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
PROGRAM**

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the influence of Product Innovation, Brand Image and Sales Promotion on Competitive Advantage. This type of research is quantitative research and the data used is primary data. The population in this research is consumers of Richeese Factory Kudus. The method used was purposive sampling for this research, with a sample of 160 respondents. The data used is primary data, to test the hypothesis with multiple linear regression analysis using the SPSS 25 program. The results of this research show that product innovation has no positive effect on competitive advantage, brand image has a positive effect on competitive advantage, sales promotion has a positive effect on competitive advantage.*

**Keywords: Product Innovation, Brand Image, Sales Promotion, Competitive Advantage**

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN RANCANGAN PENYUSUNAN SKRIPSI.... **Error! Bookmark not defined.**

|                                                                      |      |
|----------------------------------------------------------------------|------|
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                                          | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                                                 | iv   |
| ABSTRAK .....                                                        | vi   |
| ABSTRACT.....                                                        | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                      | viii |
| DAFTAR TABEL.....                                                    | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                               | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                      | 1    |
| 1.2 Ruang Lingkup .....                                              | 6    |
| 1.3 Perumusan Masalah.....                                           | 7    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                                           | 8    |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                                          | 8    |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                                         | 8    |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                                          | 9    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                         | 10   |
| 2.1 Kajian Teori.....                                                | 10   |
| 2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing .....                                | 10   |
| 2.1.2 Inovasi Produk .....                                           | 10   |
| 2.1.3 Brand Image .....                                              | 14   |
| 2.1.4 Promosi Penjualan.....                                         | 17   |
| 2.1.5 Keunggulan Bersaing.....                                       | 19   |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                              | 22   |
| 2.3 Pengaruh Antar Variabel .....                                    | 26   |
| 2.3.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing .....     | 26   |
| 2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keunggulan Bersaing ..... | 27   |

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keunggulan Bersaing ..... | 27        |
| 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....                                | 28        |
| 2.5 Hipotesis Penelitian .....                                      | 29        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                               | <b>30</b> |
| 3.1 Rancangan Penelitian .....                                      | 30        |
| 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....              | 30        |
| 3.2.1 Variabel Penelitian.....                                      | 30        |
| 3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....                            | 31        |
| 3.2.2.1 Inovasi Produk.....                                         | 31        |
| 3.2.2.2 Brand Image .....                                           | 32        |
| 3.2.2.3 Promosi Penjualan.....                                      | 32        |
| 3.2.2.4 Keunggulan Bersaing .....                                   | 32        |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                                     | 33        |
| 3.3.1 Jenis Data .....                                              | 33        |
| 3.3.2 Sumber Data.....                                              | 33        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                       | 34        |
| 3.4.1 Populasi .....                                                | 34        |
| 3.4.2 Sampel.....                                                   | 34        |
| 3.5 Pengumpulan Data .....                                          | 35        |
| 3.6 Uji Instrumen Penelitian.....                                   | 36        |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                           | 36        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                        | 36        |
| 3.7 Pengolahan Data.....                                            | 37        |
| 3.8 Analisis Data .....                                             | 38        |
| 3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....                                        | 38        |
| 3.8.1.1 Uji Normalitas .....                                        | 38        |
| 3.8.1.2 Uji Multikolinearitas .....                                 | 38        |
| 3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....                               | 39        |
| 3.8.2 Uji Regresi Linear Berganda.....                              | 39        |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 3.8.3 Uji Hipotesis .....                  | 40 |
| 3.8.3.1 Uji t.....                         | 40 |
| 3.8.3.2 Uji F.....                         | 40 |
| 3.8.4 Koefisien Determinasi.....           | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....          | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....    | 42 |
| 4.1.1 Sejarah Richeese Factory .....       | 42 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Richeese Factory ..... | 43 |
| 4.2 Penyajian Data.....                    | 43 |
| 4.2.1 Profil Responden .....               | 43 |
| 4.2.2 Deskriptif Variabel.....             | 45 |
| 4.2.2.1 Variabel Inovasi Produk.....       | 45 |
| 4.2.2.2 Variabel Brand Image .....         | 46 |
| 4.2.2.3 Variabel Promosi Penjualan .....   | 47 |
| 4.2.2.4 Variabel Keunggulan Bersaing ..... | 48 |
| 4.3 Analisis Data .....                    | 49 |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas ..... | 49 |
| 4.3.1.1 Uji Validitas .....                | 49 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....               | 52 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....              | 52 |
| 4.3.3.1 Uji Normalitas .....               | 52 |
| 4.3.3.2 Uji Multikolinearitas .....        | 53 |
| 4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....      | 54 |
| 4.3.4 Uji Regresi .....                    | 54 |
| 4.3.5 Uji Hipotesis .....                  | 57 |
| 4.3.5.1 Uji Parsial (uji t).....           | 57 |
| 4.3.5.2 Uji Simultan (Uji f) .....         | 58 |
| 4.3.6 Koefisien Determinasi.....           | 59 |
| 4.4 Pembahasan .....                       | 60 |

|                                  |                                                                |    |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.1                            | Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing .....     | 60 |
| 4.4.2                            | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keunggulan Bersaing ..... | 60 |
| 4.4.3                            | Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keunggulan Bersaing .....  | 61 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... |                                                                | 62 |
| 5.1                              | Kesimpulan .....                                               | 62 |
| 5.2                              | Saran .....                                                    | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA .....             |                                                                | 65 |
| LAMPIRAN .....                   |                                                                | 68 |



## DAFTAR TABEL

|             |                                                                      |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1  | Ulasan Konsumen Pada Web Resmi Richeese Factory .....                | 3  |
| Tabel 1. 2  | Top Brand Index Tahun 2021-2023 Kategori Restoran Fast Food .....    | 4  |
| Tabel 1. 3  | Jumlah Pengikut Pada Akun Instagram Restoran Fast Food .....         | 5  |
| Tabel 4. 1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....              | 43 |
| Tabel 4. 2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                       | 44 |
| Tabel 4. 3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....                    | 45 |
| Tabel 4. 4  | <i>Variabel Inovasi Produk</i> .....                                 | 46 |
| Tabel 4. 5  | <i>Variabel Brand Image</i> .....                                    | 47 |
| Tabel 4. 6  | <i>Promosi Penjualan</i> .....                                       | 48 |
| Tabel 4. 7  | <i>Keunggulan Bersaing</i> .....                                     | 49 |
| Tabel 4. 8  | Uji Validitas Inovasi Produk (X1).....                               | 49 |
| Tabel 4. 9  | Uji Validitas Brand Image (X2).....                                  | 51 |
| Tabel 4. 10 | Uji Validitas Promosi Penjualan (X3) .....                           | 50 |
| Tabel 4. 11 | Uji Validitas Keunggulan Bersaing (Y).....                           | 51 |
| Tabel 4.12  | Hasil Uji Reliabilitas Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov ..... | 51 |
| Tabel 4. 13 | Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov .....                                    | 52 |
| Tabel 4. 14 | Hasil Uji Multikolinearitas .....                                    | 53 |
| Tabel 4. 15 | Hasil Uji Glejser .....                                              | 53 |
| Tabel 4. 16 | Hasil Uji Regresi.....                                               | 54 |
| Tabel 4. 17 | Hasil Analisis Uji t.....                                            | 56 |
| Tabel 4. 18 | Hasil Analisis <i>Uji F</i> .....                                    | 58 |
| Tabel 4. 19 | Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....                            | 58 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis ..... | 28 |
|----------------------------------------------|----|

