

**"PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN"**

**(Studi Pada *B'steak Grill And Pancake Bogor*)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI  
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
MANAJEMEN**

**OLEH**

**ASTI NUR RIKA**

**NPM : S1-0215-171**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

**BOGOR**

**2019**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

JUDUL : **PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA *B'STEAK GRILL AND PANCAKE* BOGOR)**

OLEH : **ASTI NUR RIKA**

NPM : **S1-0215.171**

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

**(SUMARDJONO.,SE.,MM.)**

**(VERA CLARA SIMANJUNTAK, S.Sos., MM.)**

PENGUJI I

PENGUJI II

**(Dr.ISMULYANA DJAN,SE.,MM.)**

**(DEDY MULYADI,S.Si.,M.Kom.)**

BOGOR, OKTOBER 2019

KETUA  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA BOGOR

**(Dr.ISMULYANA DJAN,SE.,MM.)**

## ABSTRAK

**Asti Nur Rika:** PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA *B'STEAK GRIL AND PANCAKE* BOGOR).

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *B'Steak Grill and Pancake* Bogor. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria konsumen *B'Steak Grill and Pancake* Bogor yang pernah melakukan pembelian atau berkunjung ke *B'Steak Grill and Pancake* Bogor. Sampel berjumlah 200 responden dengan teknik menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model persamaan struktural.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Inovasi produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai *critical ratio* sebesar  $0,553 < 1,967$  atau  $0,580$  pada nilai  $p$ ; (2) Kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai *critical ratio* sebesar  $1,443 < 1,967$  atau  $0,149$  pada nilai  $p$ ; (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai *critical ratio* sebesar  $3,769 > 1,967$  atau terdapat tanda \*\*\* pada nilai  $p$ .

**Kata kunci :** Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, atau segala rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada *B'Steak Grill and Pancake Bogor*)"

Adapun dari penulisan skripsi ini adalah syarat akademis untuk menyelesaikan dan mendapatkan gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di STIE Binaniaga Bogor.

Tidak sedikit masalah yang penulis hadapi yang menjadi hambatan dalam menyelesaikan skripsi ini, hal ini dikarenakan hambatan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, namun atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Ismulyana Djan,SE.,MM, Selaku ketua STIE Binaniaga Bogor.
2. Ibu Yustiana Wardhani.,S.HUT.,MM, Selaku wakil ketua STIE Binaniaga Bogor.

3. Bapak Sumardjono.,SE.,MM, Selaku Dosen Pembimbing pertama STIE Binaniaga Bogor.
4. Ibu Vera Clara S.,S.Sos.,MM, Selaku Dosen Pembimbing kedua STIE Binaniaga Bogor.
5. Ibu Ade Maryani tercinta yang telah melahirkan, merawat, mendidik, memberikan motivasi, sekaligus menjadi teman.
6. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan motivasi dan dorongan dalam penyelesaian skripsi.
7. Seluruh dosen dan staff STIE Binaniaga yang telah membantu selama proses perkuliahan.
8. Seluruh Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Seluruh Rekan mahasiswa STIE Binaniaga yang telah memberikan dukungan dan inspirasi untuk saya dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi yang dibuat ini bagi penulis khususnya dan juga bagi pembaca umumnya dapat bermanfaat.

Bogor, Oktober 2019

Penulis

Asti Nur Rika

NPM. S1-021517

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Batasan Masalah .....	13
D. Rumusan Masalah .....	14
E. Tujuan Penelitian .....	15
F. Manfaat Penelitian .....	15
G. Sistematika Penulisan.....	16

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
A. Landasan Teori .....	18
1. Inovasi Produk .....	18
2. Kualitas Produk .....	21
3. Harga .....	26
4. Keputusan Pembelian .....	34
B. Penelitian Terdahulu .....	46
C. Kerangka Pemikiran .....	49
D. Hipotesis .....	49
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	50
A. Metode Penelitian .....	50
B. Variabel dan Pengukuran .....	51
C. Operasional Variabel .....	52
D. Populasi dan Sampel .....	56
E. Teknik Pengumpulan Data .....	58
F. Instrumen Penelitian .....	58
G. Metode Pengambilan Data .....	59
H. Metode Analisis Data .....	59
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
B. Karakteristik Responden .....	75

C. Deskripsi Data .....	80
D. Pengujian Hipotesis .....	120
E. Pembahasan .....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>126</b>
A. Kesimpulan .....	126
B. Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>134</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Daftar Pesaing Restoran <i>Steak</i> di Kota Bogor .....	9
Tabel 2 Data Penjualan <i>B'Steak Grill and Pancake</i> .....	11
Tabel 3 Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel 4 Operasional Variabel .....	54
Tabel 5 Metode Pengambilan Data .....	59
Tabel 6 Simbol-Symbol <i>SEM</i> .....	72
Tabel 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	77
Tabel 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Tabel 10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	79
Tabel 11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Inovasi Produk .....	81
Tabel 12 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk .....	81
Tabel 13 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Harga .....	82
Tabel 14 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	83
Tabel 15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk .....	84

Tabel 16 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	85
Tabel 17 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	86
Tabel 18 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	87
Tabel 19 Hasil <i>Output Model_1 CFA</i> Konstruk Eksogen Inovasi Produk .....	90
Tabel 20 Hasil Pengujian <i>Model_1 CFA</i> Konstruk Eksogen Inovasi Produk .....	91
Tabel 21 Hasil <i>Output Modification Indices Model_2 CFA</i> Konstruk Eksogen Kualitas Produk .....	93
Tabel 22 Hasil <i>Output Model_3 CFA</i> Konstruk Eksogen Kualitas Produk .....	94
Tabel 23 Hasil Pengujian <i>Model_3 CFA</i> Konstruk Eksogen Kualitas Produk .....	95
Tabel 24 Hasil <i>Output Model_4 CFA</i> Konstruk Eksogen Harga .....	97
Tabel 25 Hasil Pengujian <i>Model_4 CFA</i> Konstruk Eksogen Harga .....	98
Tabel 26 Hasil <i>Output Model_5 CFA</i> Konstruk Endogen Keputusan Pembelian ....	100
Tabel 27 Hasil Pengujian <i>Model_5 CFA</i> Konstruk Endogen Keputusan Pembelian	101
Tabel 28 Hasil <i>Output Model_6 CFA</i> Konstruk Eksogen .....	103
Tabel 29 Hasil Pengujian <i>Model_6 CFA</i> Konstruk Eksogen.....	104
Tabel 30 Hasil <i>Output Modification Indices Full Model_1</i> .....	106
Tabel 31 Hasil <i>Output Full Model_2</i> Setelah <i>Modification Indices</i> .....	108
Tabel 32 Hasil Pengujian <i>Model_2</i> .....	110

Tabel 33 Evaluasi <i>Outlier</i> .....	114
Tabel 34 Hasil <i>Output</i> Uji Normalitas .....	115
Tabel 35 Hasil <i>Output</i> dengan Prosedur <i>Bootstrap</i> .....	116
Tabel 36 Perbandingan <i>SE Bootstrap</i> dengan <i>SE ML</i> .....	117
Tabel 37 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk .....	118
Tabel 38 Korelasi Antar Konstruk dan Akar Kuadrat <i>AVE</i> .....	119

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	42
Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 3 Model Persamaan Struktural .....	62
Gambar 4 Interior depan <i>B'Steak Grill and Pancake</i> Bogor .....	73
Gambar 5 Makanan dan Minuman <i>B'Steak Grill and Pancake</i> Bogor .....	74
Gambar 6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Gambar 7 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	77
Gambar 8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Gambar 9 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	80
Gambar 10 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk .....	85
Gambar 11 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	86
Gambar 12 Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	87
Gambar 13 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	88
Gambar 14 Model 1_ <i>CFA</i> Konstruk Eksogen Inovasi Produk .....	89
Gambar 15 Model 2_ <i>CFA</i> Konstruk Eksogen Kualitas Produk .....	92

Gambar 16 Model 3_CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk .....	93
Gambar 17 Model 4_CFA Konstruk Eksogen Harga .....	96
Gambar 18 Model 5_CFA Konstruk Endogen Keputusan Pembelian .....	99
Gambar 19 Model 6_CFA Konstruk Eksogen .....	102
Gambar 20 <i>Full Model_1</i> .....	105
Gambar 21 <i>Full Model_2</i> .....	107
Gambar 22 Hasil <i>Structural Equation Modelling</i> Modifikasi Model .....	111
Gambar 23 Koefisien Regresi <i>Full Model_2</i> .....	112

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian