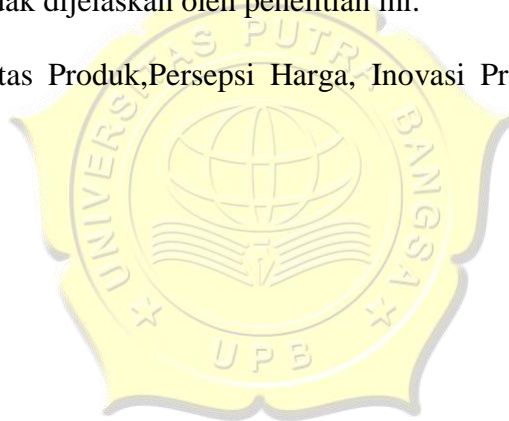


ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian sepatu ortuseight di Kabupaten Kebumen. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif, Analisis deskriptif dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden. Pengolahan data perhitungannya menggunakan alat yaitu SPSS. Penelitian ini dibatasi pada variabel independen (kualitas produk, persepsi harga dan inovasi produk) hingga variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian sepatu ortuseight di Kabupaten Kebumen. Simpulan secara umum dalam penelitian uji R menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0,389 artinya sebesar 38,9% variabel dependent (keputusan pembelian) yang dapat dijelaskan oleh variabel independent (kualitas produk, persepsi harga dan inovasi produk) dalam penelitian ini sebesar 38,9% sedangkan sebesar 69,1% (100 – 38,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

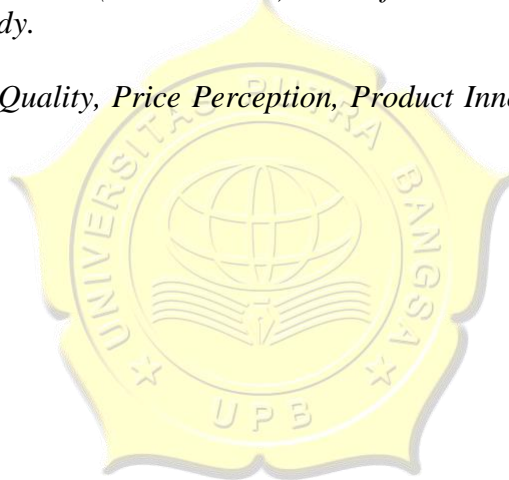
Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Inovasi Produk Dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The aim of this research is to know the influence of product quality, price perception and product innovation on the decision to buy ortuseight shoes in Kebumen District. The method used in the research is quantitative, the descriptive analysis in this study is obtained directly from the results of the questionnaire replies that have been distributed to 100 respondents. This research is limited to independent variables (product quality, price perception and product innovation) up to dependent variable (purchase decision). The results of the research show that: (1) product quality has a positive and significant influence on purchase decisions (2) price perceptions have a positive influence and significantly influence the purchase decisions (3) there is no significant impact between product innovation on the purchase decision of ortuseight shoes in the district of Kebumen. The general conclusion in the R test study showed that the R2 value of 0.389 means 38.9% of dependent variables (purchase decision) that can be explained by independent variable (product quality, price perception and product innovation) in this study was 38.9% whereas 69.1% (100 – 38.9%) was influenced by other variables not described by this study.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Product Innovation and Purchase Decisions*



HALAMAN MOTTO

“Jangan pernah meremehkan kebaikan. Bisa jadi seseorang masuk surga bukan karena puasa sunahnya, bukan karena panjang sholat malamnya. Tapi, bisa jadi karena akhlak baiknya dan sabarnya ia ketika musibah datang melanda”

“Mbah Moen”

“Kalau hidup sekadar hidup, babi di hutan juga hidup. Kalau bekerja sekadar bekerja, kera juga bekerja.”

“Buya Hamka”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai Ibu Bariyah dan Bapak Hadi Prayitno yang selalu senantiasa menyayangi saya dan tidak pernah lelah untuk selalu membimbing saya. Serta saya ucapkan terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dan pengorbanannya selama ini serta memberikan doa, semangat dan dukungan.
2. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa, terimakasih atas ilmu dan pengalamannya selama ini.
3. Saudara dan saudariku tersayang kakakku Gigih Prakoso, Gilar Bayu Aji, Dwi Fitriyaningsih, Winda Frenika Sari, Felita Wiji Astuti, Komarul Huda dan adiku Pranesti Laras Liani, Nia Ramadani, Septiana Ramadani yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
4. Sahabat – sahabatku di UKM Olahraga, Futsal UPB dan lainnya yang selalu mengisi waktu dan memberikan semangat, motivasi serta kebahagiaan.
5. Trimakasih pada diri sendiri yang kuat sampai di titik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelengkapan dalam pencapaian gelar Sarjana Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen ini dengan baik. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Inovasi Produk ” bertujuan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah di dapat selama kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang dimiliki, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penulisan skripsi ini, ini semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan seumbangan baik moril maupun materi.

Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Arya Samudra Mahardika S.E., M.Sc., Ak., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan sampai terselesaikannya skripsi ini.

2. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu konsumen dan calon konsumen Sepatu Ortuseight di Kabupaten Kebumen
6. Kedua orang tua, Ibu Bariyah dan Bapak Hadi Prayitno yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, doa, dan kasih sayang yang tak terhingga.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata maupun pembahasan materi masih jauh dari kata sempurna. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, almamater maupun rekan – rekan pembaca serta seluruh pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 9 Juni 2024

Julian Sapta Praditya

DAFTAR ISI

HALMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Teori	15

2.1.1	Teori S-O-R (<i>Stimulus Organism Response</i>).....	15
2.1.2	Kualitas Produk.....	17
2.1.3	Persepsi Harga.....	18
2.1.4	Inovasi Produk	19
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	24
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1	Hubungan kualitas produk Dengan keputusan pembelian.....	27
2.3.2	Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	28
2.3.3	Hubungan Inovasi Produk Dengan Keputusan Pembeian	29
1.4	Model Empiris.....	31
2.5	Hipotesis.....	32
BAB III.....		33
METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	33
3.2.	Variabel Penelitian	33
3.3.	Definisi Operasional Variabel	34
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	38
3.6.	Populasi dan Sampel.....	39
3.7.	Teknik Analisis Data	41
3.8.1	Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas.....	43
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.3	Uji Hipotesis	48
BAB IV		52

ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Perusahaan	52
4.2. Analisis Deskriptif.....	53
4.3. Analisis Statistik.....	55
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Reliabilitas	60
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.5 Uji Hipotesis.....	69
4.4. Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V.....	80
SIMPULAN	80
5.1. Simpulan.....	80
5.2. Keterbatasan	81
5.3. Implikasi	81
5.3.1 Implikasi Praktis	82
5.3.2. Implikasi Teoritis	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Penjualan Sepatu di Toko Fantasy & Omah Sport	4
Tabel I- 2 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Ortuseight Di Kabupaten Kebumen	5
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel IV- 1 Usia Responden	50
Tabel IV- 2 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel IV - 3 Jenis Kelamin.....	51
Tabel IV - 4 Pendapatan.....	51
Tabel IV- 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	54
Tabel IV- 4 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	54
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk.....	55
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	55
Tabel IV- 7 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel IV- 8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel IV- 9 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	62
Tabel IV- 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel IV- 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67
Tabel IV- 12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	70
Tabel IV- 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Kerangka Teoritis	29
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tautan Link Google From
- Lampiran 4 Data Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Tabel t
- Lampiran 11 Tabel F
- Lampiran 12 Tabel r
- Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal

