

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

BAKPIA KREZMERA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Pada Prodi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

ENFRADA AURORA PUTRI SONATA

18.1.02.02.0050

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

BAKPIA KREZMERA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Pada Prodi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

ENFRADA AURORA PUTRI SONATA

18.1.02.02.0050

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

Skripsi Oleh:

ENFRADA AURORA PUTRI SONATA

NPM: 18.1.02.02.0050

Judul:

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
SOCIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BAKPIA KREZMERA**

Telah disetujui untuk di ajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

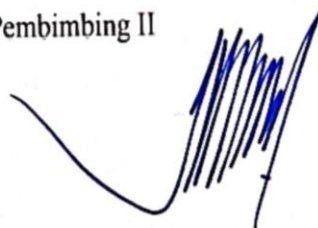
Tanggal: 11 Juli 2023

Pembimbing I



GESTY ERNESTIVITA, M.M.
NIDN. 0720059101

Pembimbing II



SIGIT WISNU SETYA B., M.M.
NIDN. 0720108202

Skripsi oleh:

ENFRADA AURORA PUTRI SONATA

NPM: 18.1.02.02.0050

Judul:

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
SOCIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BAKPIA KREZMERA**

Telah dipertahankan di depan Panitia/Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 28 Juli 2023...

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Gesty Ernestivita, M.M.
2. Penguji I : Restin Meilina, M.M
3. Penguji II: Sigit Wisnu Setya B., M.M



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. SUBAGYO

KE NIDN: 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Enfrada Aurora Putri Sonata
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl.lahir : Pasuruan, 29 Maret 2000
NPM : 18.1.02.02.0050
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Progam Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 12 Juli 2023

Yang Menyatakan



Enfrada Aurora Putri Sonata
NPM: 18.1.02.02.0050

Motto:

“Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan. Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes.”

“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”

(Abu Hamid Al Ghazal)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :

- Orang tua saya, keluarga, **serta teman - teman** saya atas dukungan yang tidak terputus baik moril maupun materil untuk menjalani hidup sesuai dengan apa yang saya inginkan saat ini.

Abstrak

Enfrada Aurora Putri Sonata: Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Krezmera, Skripsi Manajemen FEB UNP Kediri, 2023

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, *Social Media* dan Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi permasalahan keputusan pembelian yang terjadi di Wates Kediri. Dimana fenomena yang terjadi disebabkan oleh permasalahan yang ada pada usaha yakni dalam hal inovasi produk, kualitas pelayanan yang kurang sesuai dan kurang digunakannya pemasaran melalui *social media* pada keputusan pembelian Bakpia Krezmera.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan *social media* terhadap keputusan pembelian bakpia krezmera. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif kausalitas. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 konsumen. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda diolah dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel inovasi produk, kualitas layanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Bakpia Krezmera. Namun terdapat variabel yang tidak signifikan pada variable *social media* terhadap keputusan pembelian Bakpia Krezmera, diharapkan untuk selanjutnya dengan ini Bakpia Krezmera dapat meningkatkan inovasi produk pada keputusan pembelian melalui kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan_Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Gesty Ernestivita, M.M., selaku Dosen Pembimbing I dalam proses penyusunan skripsi
5. Sigit Wisnu Setya B.,M.M selaku Dosen Pembimbing II dalam proses penyusunan skripsi
6. Bapak dan Ibu Dosen program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga tercipta kerangka pikir dalam penulisan sample skripsi.
7. Terimakasih kepada seluruh konsumen Bakpia Krezmera.
8. Terimakasih kepada bapak, ibu dan kakak serta sahabat tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh
9. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada teman, sahabat dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 12 Juli 2023



Enfrada Aurora Putri Sonata
NPM: 18.1.02.02.0050

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II: KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
a. Definisi Keputusan Pembelian	9
b. Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian.....	10
c. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	11
d. Indikator Pengambilan Keputusan	12
2. Inovasi Produk	14
a. Definisi Inovasi Produk	14
b. Karakteristik Inovasi Produk.....	15

c.	Jenis Inovasi Produk	17
d.	Indikator Inovasi Produk	18
3.	Kualitas Pelayanan.....	18
a.	Definisi Kualitas Pelayanan.....	18
b.	Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
4.	<i>Social Media</i>	22
a.	Definisi <i>Social Media</i>	22
b.	Jenis-Jenis <i>Social Media</i>	24
c.	Indikator <i>Social Media</i>	25
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Kerangka Berpikir	28
D.	Kerangka Konseptual.....	30
E.	Hipotesis Penelitian	31

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A.	Identifikasi Variabel Penelitian	32
1.	Identifikasi Variabel Penelitian	32
2.	Definisi Operasional Variabel	33
B.	Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	40
1.	Pendekatan Penelitian.....	40
2.	Teknik Penelitian	40
C.	Tempat dan Waktu.....	40
1.	Tempat Penelitian	40
2.	Waktu Penelitian.....	41
D.	Populasi dan Sampel.....	41
1.	Populasi	41
2.	Sampel	41
E.	Instrumen Penelitian	42
1.	Pengembangan Instrumen.....	42
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
F.	Sumber Teknik Pengumpulan Data	47
G.	Teknik Analisa Data	49

1. Pengujian Asumsi Klasik.....	49
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3. Koefisien Determinan (R^2).....	52
4. Uji Hipotesis	52
BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	56
1. Sejarah Perusahaan	56
2. Logo.....	56
3. Visi dan Misi	57
4. Gambaran Umum Responden.....	57
B. Deskripsi Data Variabel.....	58
1. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
2. Deskripsi Variabel Inovasi Produk (XI).....	61
3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	62
4. Deskripsi Variabel <i>Social Media</i> (X3)	64
C. Analisis Data.....	66
1. Pengujian Asumsi Klasik.....	66
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3. Koefisien Determinan (R^2).....	72
4. Uji Hipotesis	73
D. Pembahasan	77
BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI, dan SARAN	
A. Simpulan.....	83
B. Implikasi	84
C. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel

halaman

2.1 : Penelitian Tedahulu	27
3.1 : Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian	42
3.2 : Skala Penilaian Instrumen Penelitian	43
3.3 : Hasil Uji Validitas	45
3.4 : Hasil Uji Reliabilitas	46
4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3 : Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.4 : Deskripsi Variabel Inovasi Produk (XI).....	61
4.5 : Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	62
4.6 : Deskripsi Variabel <i>Social Media</i> (X3)	64
4.7 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
4.8 : Uji Normalitas Data dengan Kolmogrov-Smirnov.....	69
4.9 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.10 : Hasil Uji Determinasi	72
4.11 : Hasil Uji Parsial (t).....	74
4.12 : Hasil Uji F	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar

halaman

1.1	: Rating <i>Google Maps</i>	3
2.1	: Kerangka Konseptual	30
2.2	: Logo Brand Bakpia Krezmera.....	56
2.3	: Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

halaman

1	: Lembar Pengajuan Judul	90
2	: Surat Ijin Penelitian	91
3	: Balasan Surat Ijin Penelitian	92
4	: Berita Acara Bimbingan Skripsi	93
5	: Kuesioner Penelitian	95
6	: Data Responden	102
7	: Data Kuesioner	104
8	: Tabel Uji t	110
9	: Tabel Uji F	111
10	: Output SPSS	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan pasar yang semakin ketat di era serba digital ini, secara tidak langsung itu dapat mempengaruhi pangsa pasar yang ada. Oleh karena itu produsen harus membuat inovasi-inovasi terbaru yang dapat memanjakan konsumen, dengan cara mengembangkan usahanya sehingga menghasilkan hal baru pada produknya, itu adalah cara salah satu agar sebuah usahanya bisa lebih unggul. Kuncinya adalah dapat memenuhi harapan konsumen mengenai produk tersebut, Harapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran orang lain, iklan yang disampaikan oleh usaha tersebut, selain itu juga dengan memberikan inovasi produk yang baik dibanding yang lain, karena inovasi produk menjadi faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk.

Membangun kualitas pelayanan yang memuaskan juga merupakan suatu pembeda yang jelas, bernilai dan berkesinambungan, menjadi ujung tombak bagi daya saing usaha, dan sangat membantu dalam strategi pemasaran. Terutama dalam pemasaran digital marketing juga merupakan minat tersendiri dalam hal pemasaran untuk memudahkan transaksi jual beli saat ini, karena penggunaan internet yang semakin berkembang membuat penggunaannya menjadi berfikir secara kreatif, memunculkan ide, serta membuat sebuah inovasi terbaru yang terus dikembangkan. Salah satu

media yang sering digunakan untuk menghubungkan setiap individu satu dengan yang lainnya adalah media sosial.

Umumnya *social media* digunakan untuk bertegur sapa dengan teman, keluarga, atau digunakan untuk pebisnis. Selain media sosial, Indonesia juga menggunakan layanan jasa (*platform*) yang mempermudah penggunaanya untuk melakukan transaksi dan penjualan barang atau jasa secara *online* maupun *offline*.

Salah satu usaha bakpia yang sangat dikenal dan cukup populer di kalangan masyarakat Wates Kediri adalah Bakpia Krezmera yang mana bakpia krezmera didirikan pada tahun 2015 oleh Anita Hari Yunani bersama Adnan Budiman dikenal sebagai rumah bakpia yang selalu menghadirkan inovasi terbaru hanya saja rasa yang dimiliki hanya satu rasa. Selain itu, usaha ini juga memproduksi bakpia yang tengah digemari pasar, bakpia yang ditawarkan di Bakpia Krezmera ini adalah bakpia kering rasa kacang hijau yang memiliki *packaging* (kemasan) yang menarik sehingga mengundang banyak pelanggan untuk membeli terlebih lagi dapat dipasarkan melalui akun *social media* berupa Instagram dan Rating Google Maps.



Gambar 1.1 Rating *Google Maps*

Penelitian sebelumnya oleh Rita Lestari (2020) dengan judul Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan Online, Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Seblak Tulang Lunak Kedai Reumbay membuktikan Inovasi produk, Kualitas Layanan Online, dan Promosi Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembelian seblak tulang lunak kedai reumbay. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Mutia Nur Arifah (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Boy's Cake and Bakery* Mojolaban, Sukoharjo dengan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Boy's Cake and Bakery* Mojolaban, Sukoharjo. Kedua penelitian tersebut membuktikan pengaruh inovasi produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian sebelumnya oleh Dewanti Dwi Arthasari (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Omah Batik Ngesti Pandowo, dengan Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain oleh Husnul Hotimah (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UKM Makaroni Bantet Banyuwangi) dengan hasil menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan media sosial secara berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Kedua penelitian tersebut menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dan media social dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniati dan Ribowo (2020) dengan judul Pengaruh Brand Image Dan Sosial Media Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Melalui Tokopedia dengan hasil Secara parsial dan simultan Brand Image Dan Sosial Media Digital marketing Berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Melalui Tokopedia.

Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Inovasi, Kualitas Pelayanan Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera**” karena, saat ini sangatlah ramai pemasaran melalui *social media* dan perkembangannya pun sangat pesat, sehingga persaingan semakin ketat dan penjual harus membuat inovasi – inovasi terbaru agar produknya bisa di kenal.

B. Identifikasi Masalah

Dari hasil wawancara dan obeservasi penelti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Inovasi

Varian rasa produk yang di jual bakpia krezmera sama dengan kompetitornya, konsumen membutuhkan varian rasa yang baru yang tidak bisa di

cari pada toko ini, sehingga dibutuhkan inovasi produk untuk menciptakan produk yang tidak sama dan menarik keputusan pembelian oleh konsumen terhadap bakpia krezmera.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yang diberikan oleh pemilik kurang tanggap, karena pemilik ikut serta dalam pembuatan produk bakpia krezmera.

3. *Social Media*

Untuk saat ini Bakpia Krezmera menggunakan media yang baru yaitu Instagram dan rating Google Maps, tetapi belum memiliki akun pada *e-commerce* seperti Tokopedia, shopee dan sejenisnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti melalui variabel hubungan inovasi produk, kualitas layanan, dan *social media* terhadap keputusan pembelian di Bakpia Krezmera Wates Kediri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera?
3. Apakah *social media* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera?
4. Apakah inovasi produk, kualitas pelayanan, dan *social media* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan peneliti adalah untuk menganalisis sebagai berikut :

1. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera
3. Pengaruh *social media* terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera

4. Pengaruh inovasi, kualitas layanan dan social media secara simultan terhadap keputusan pembelian produk bakpia di Bakpia Krezmera secara bersamaan

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat yang di peroleh dari penelitian yakni berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi perguruan tinggi penelitian ini dapat digunakan untuk referensi/pertimbangan bagi penelitian mendatang guna mengetahui pentingnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Bakpia Krezmera

Harapan dari peneliti dengan adanya penelitian ini usaha bisa berkembang lebih besar dan membuka cabang serta dapat memperluas jangkauan sehingga tidak cuma di area Kediri melainkan ke seluruh Indonesia bahkan luar negeri.

b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan menambah pembendaharaan Universitas Nusantara PGRI Kediri sebagai referensi adik tingkat dalam mengerjakan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini peneliti dapat mengaplikasikan yang telah di pelajari selama ini kedalam suatu permasalahan terutama yang ada pada bidang manajemen pemasaran.