

**PENGARUH HARGA INOVASI PRODUK DAN PROMOSI
MELALUI *MEDIA ONLINE INSTAGRAM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO
*HANDMADE SHOES SURABAYA***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata - 1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

ALFIANTI WAHYU AGUSTIN
NBI : 1121600010

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

**PENGARUH HARGA INOVASI PRODUK DAN PROMOSI
MELALUI *MEDIA ONLINE INSTAGRAM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO
*HANDMADE SHOES SURABAYA***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

ALFIANTI WAHYU AGUSTIN

NPM : 1121600010

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alfianti Wahyu Agustin

NPM : 1121600010

Judul : Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Promosi Melalui Media
Online Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
di Toko *Handmade Shoes* Surabaya

Surabaya, 13 Juli 2020

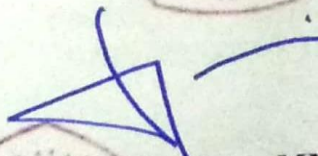
Mengetahui,

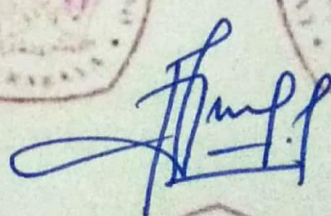
Disetujui oleh,

Dekan

Dosen Pembimbing

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Endro Tjahjono, MM

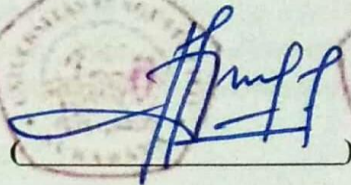

Dr Ayun Maduwinarti, MP

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

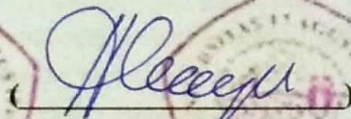
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 01 Juli 2020.

Dewan Penguji:

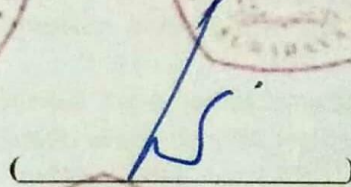
1. Dr. Ayun Maduwinarti, MP



2. Drs. Agung Pujianto, MM



3. Drs. Ute Ch Nasution, MS



Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Dr. Endro Tjahjono, MM

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Alfianti Wahyu Agustin

NPM : 1111600010

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Promosi Melalui Media Online Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen di Toko Handmade Shoes Surabaya)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasi dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 25 Juni 2020

Yang membuat pernyataan

METERAI
TEMPEL

48657AHF615021065

6000
ENAM RIBURUPIAH



(Alfianti Wahyu Agustin)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfianti Wahyu Agustin
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

**PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI MELALUI
MEDIA *ONLINE INSTAGRAM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(SURVEY PADA KONSUMEN DI TOKO *HANDMADE SHOES*
SURABAYA)**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 15 Juli 2020



(Alfianti Wahyu Agustin)

**“BANYAK KEGAGALAN HIDUP TERJADI KARENA ORANG-ORANG
TIDAK MENYADARI BETAPA DEKATNYA KESUKSESAN KETIKA
MEREKA MENYERAH”**

(THOMAS ALFA EDISON)

**“TAKUT DAN TAWAKKAL KEPADA ALLAH NISCAYA ALLAH AKAN
MEMBERIKAN JALAN KELUAR TERBAIK”**

(ALFIANTI WAHYU AGUSTIN)

ABSTRAK

Perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang digunakan untuk bersaing. Strategi pemasaran menerapkan target pasar dan bauran pemasaran atau lebih dikenal 4P (*product, place, price and promotion*). Perusahaan berlomba-lomba untuk menguasai pangsa pasar. Dengan memiliki keunikan produk maka konsumen akan tertarik, dengan cara ini perusahaan akan menguasai pasar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko *Handmade Shoes* Surabaya. Adapun untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei menggunakan kuisioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk tas dan sepatu di Toko *Handmade Shoes* Surabaya. Sampel penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu Harga, Inovasi Produk dan Promosi melalui Media *Online Instagram* mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Harga, Inovasi Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The company must determine the marketing strategy used to compete. The marketing strategy applies the target market and marketing mix or better known as 4P (product, place, price and promotion). Companies are competing to dominate market share. By having a unique product, consumers will be interested, in this way the company will dominate the market. The purpose of this study was to determine the effect of Price, Product Innovation and Promotion on Consumer Purchasing Decisions in Surabaya Handmade Shoes Stores. As for supporting this research, the authors use quantitative methods with survey research using questionnaires as instruments. The population in this study were consumers who bought bags and shoes at the Handmade Shoes Store in Surabaya. The sample of this study used a non-probability sampling method (non-random sampling) with a purposive sampling technique of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that all independent variables namely Price, Product Innovation and Promotion through Instagram Online Media have a positive influence on the dependent variable namely the Purchasing Decision.

Keywords: Price, Product Innovation, Promotion and Purchasing Decisions.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang Tua saya tercinta, Bapak dan Ibu saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya agar dilancarkan dalam menyusun skripsi ini, mungkin tanpa dukungan dan doa restu bapak dan ibu saya tidak akan berjalan lancar skripsi saya ini. Semoga kelak saya diberikan kesuksesan dan bisa membahagiakan ibu dan bapak.
2. Almamater tercinta yang selalu saya banggakan. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan petunjuk-Nya sehingga saya diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Promosi melalui Media *Online Instagram* terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Toko *Handmade Shoes* Surabaya. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan program pendidikan strata satu jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam segala hal.
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM. CMA. CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Agung Pujianto, MM. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP. selaku pembimbing pertama serta Ibu Dra. Awini Mulyati, MM. selaku dosen pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu, tenaga untuk memberikan bimbingan kepada saya.
7. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung, mendoakan dan menyemangati dalam menyusun skripsi dan menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Adik saya Fanny Wahyu Hasandy yang selalu memberikan dukungan saat menyusun skripsi ini,
9. Sahabat sehidup sekomplek saya Puja Andini Rezeky yang tidak pernah bosan memberikan doa, dukungan dan selalu sabar mendengar keluh kesah saya dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Sepupu saya tercinta Wahyu Irmalisa yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman sekaligus sobat persahabatan Siska Ayuruly, Tias Mustika, Layly Rizky, Uswatun Ulia, Raka Jawara dan Andre Agus yang selalu

memberikan semangat, motivasi, selalu sabar menampung segala keluh kesah saya dan menjadi pendengar yang baik.

12. Teman-teman seangkatan Administrasi Bisnis 2016 terutama Marga Saputra, Ridhotul Annisa, Cindy Sekar, Siti Kholifah, Elfira Palupi , Nadia Loveta, Silviya Rahmawati dan Ayu Mashita yang selalu memberikan semangat dan selalu mendorong agar cepat selesai skripsi ini.
13. Para responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya.
14. Seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang selalu memberikan semangat serta mendukung demi kelancaran penulisan skripsi saya. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kontribusi positif berupa saran kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 24 Juni 2020

Penulis

Alfianti Wahyu Agustin

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERNYTAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIlError! Bookmark not defined.	
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAC	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitan Terdahulu	7
2.2 Kajian Teori	10
2.2.1 Definisi Pemasaran	10

2.2.2 Bauran Pemasaran	10
2.2.3 Harga	12
2.2.4 Inovasi Produk.....	17
2.2.5 Promosi	19
2.2.6 Perilaku Konsumen.....	24
2.2.7 Keputusan Pembelian	25
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	26
2.4 Hipotesis penelitian	28
2.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.4 Jenis dan sumber data.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Uji Instrumen	34
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.8 Teknik Pengujian Hipotesis	36
BAB IVPENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Penyajian Data	39
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
4.1.2 Karakteristik Responden	40
4.1.3 Tabulasi Jawaban Responden Hasil Penelitian	41
4.1.4 Skala Pengukuran	43

4.1.5 Tabulasi Jawaban Responden.....	44
4.1.6 Analisis Tabulasi Jawaban Responden	54
4.2 Analisis Data.....	58
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	58
4.2.2 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.2.3 Teknik Pengujian Hipotesis	63
4.3 Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2 Definisi Konsep dan Operasional.....	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	41
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas.....	42
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reabilitas.....	42
Tabel 4.6 Interval Rata-rata Skor.....	43
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel Harga.....	44
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel Inovasi Produk.....	46
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Promosi.....	49
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dan Nilai Mean atau Variabel Harga (X1).....	55
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dan Nilai Mean atas Variabel Inovasi Produk (X2).....	55
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dan Nilai Mean atau Variabel Promosi (X3).....	56
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi dan Determinasi.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.17 Regresi Linier Berganda Variabel X dan Y.....	61
Tabel 4.18 Uji t.....	63
Tabel 4.19 Uji Determinasi (R^2).....	64

Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	65
-----------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Uji Normalitas Histogram.....	58
Gambar 4.2 Uji Normalitas Data	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2 : Tabulasi Karakteristik Responden	75
Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden	79
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Harga (X1).....	91
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Inovasi Produk (X2).....	92
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Promosi (X3)	93
Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)	94
Lampiran 8 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 9 : Hasil Uji Multikolonieritas	96
Lampiran 10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Lampiran 11 : Hasil Uji Autokorelasi.....	97
Lampiran 12 : Hasil Uji Analisis Linier Berganda	97
Lampiran 13 : Hasil Uji Hipotesis	98
Lampiran 14 : Hasil Uji Determinasi (R^2).....	98
Lampiran 15 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	98
Lampiran 16 : Kartu Bimbingan.....	99
Lampiran 17 : Bukti ACC Dosen Pembimbing 1 dan 2.....	100