

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *COFFESHOP* AMATI TEMBESI**

SKRIPSI



**Oleh:
Sintia Yonita
190910203**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *COFFESHOP* AMATI TEMBESI**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh
Sintia Yonita
190910203**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sintia Yonita
Npm : 190910203
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Inovasi Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffeshop* Amati Tembesi

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 27 January 2023



Sintia Yonita
190910203

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *COFFESHOP* AMATI TEMBESI**

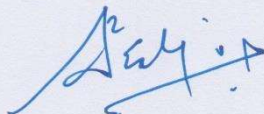
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Sintia Yonita
190910203**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 27 Januari 2023



**Dr. Realize, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, banyak bisnis yang dapat dilakukan untuk menarik pelanggan serta mendapatkan keuntungan. Salah satu bisnis yang dapat dilakukan pada saat sekarang ini yaitu dengan membangun *coffeshop*. *Coffeshop* sendiri menjadi usaha yang cukup digemari oleh pengusaha yang masih muda karena *coffeshop* memiliki target pemasaran pada anak-anak muda. Pemberian inovasi serta informasi yang baik kepada orang lain akan memberikan keuntungan terhadap usaha tersebut serta memberikan kepuasan kepada pelanggan yang mana pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana inovasi produk dan *word of mouth* mempengaruhi keputusan pembelian pada *coffeshop* Amati Tembesi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan cara penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah berkunjung pada *coffeshop* amati tembesi yang berdomisili di Batam. Sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Jacob cohen dan diperoleh sebanyak 204 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji kecocokan model (uji F), dan uji t dengan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh inovasi produk dan faktor mulut ke mulut. Dapat diketahui hasil uji determinasi (R^2) dalam penelitian ini bahwa 51,2% dari variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk dan *word of mouth*. Sedangkan sisanya sebesar 48,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: inovasi produk; *word of mouth*; keputusan pembelian

ABSTRACT

Along with the times, many businesses can be done to attract customers and make a profit. One of the businesses that can be done at this time is by building a coffee shop. Coffeeshop itself is a business that is quite popular with young entrepreneurs because coffeeshops have a target market for young people. Providing innovation and good information to others will benefit the business and provide satisfaction to customers where customers will decide to make purchases continuously. This study intends to find out how product innovation and word of mouth influence purchasing decisions at the Amati Tembesi coffee shop. The research method used is a quantitative method. Data was collected by distributing questionnaires using a Likert scale. The population in this study are consumers who have visited coffeeshops and observed tembesi who live in Batam. Samples were obtained using the Jacob Cohen formula and obtained as many as 204 respondents. Hypothesis testing in this study used the classical assumption test and multiple linear regression, the coefficient of determination, the model fit test (F test), and the t test with the SPSS version 25 program. The results of this study indicate that purchasing decisions are positively and significantly influenced by product innovation and word of mouth factor. It can be seen from the results of the determination test (R²) in this study that 51.2% of the variation in purchasing decisions can be explained by product innovation and word of mouth variables. While the remaining 48.8% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: product innovation; word of mouth; buying decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang mana atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program Studi Manajemen Bisnis di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku dekan fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak M. Koiri, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing selama perkuliahan;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Mikhael Haikal selaku head cafe yang telah memberikan izin untuk penelitian di *coffeshop* Amati Tembesi;
8. Seluruh Staff dan konsumen *coffeshop* Amati Tembesi yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini;
9. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi;
10. Semua teman-teman seperjuangan;
11. Serta pihak-pihak yang membantu penulis saat pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 27 Januari 2023

Sintia Yonita
190910203



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1.1. Teori Dasar.....	11
2.1.2. Inovasi Produk	11
2.1.2.1. Pengertian Inovasi Produk	11
2.1.2.2. Tipe Inovasi Produk	12
2.1.2.3. Manfaat Inovasi Produk	13
2.1.2.4. Indikator Inovasi Produk.....	13
2.1.3. <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.3.1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.3.2. Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.3.3. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	17
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17

2.1.4.2	Proses Pengambilan Keputusan	18
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Berpikir	24
2.4	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Sifat Penelitian	26
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	27
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	27
3.3.2	Periode Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel.....	28
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	29
3.5	Sumber Data.....	29
3.5.1	Data Primer	29
3.5.2	Data Sekunder	30
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.7.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	31
3.7.2	Variabel Independen (Variabel Bebas)	31
3.8	Metode Analisis Data.....	32
3.8.1	Analisis Deskriptif	32
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen	33
3.8.2.1	Uji Validitas	33
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	34
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	35
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	35
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8.4	Uji Pengaruh.....	36
3.8.4.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	36
3.8.4.2	Uji Determinasi (R^2)	37

3.8.5	Uji Hipotesis.....	37
3.8.5.1	Uji T (Regresi Parsial)	37
3.8.5.2	Uji F (Uji Simultan)	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	43
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	44
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X_1)	45
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_2)	45
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
4.4	Analisis Data	47
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	47
4.4.1.1	Uji Validitas	47
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	49
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	50
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	51
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.4.3	Uji Pengaruh.....	53
4.4.3.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.5	Pengujian Hipotesis.....	55
4.5.1	Uji T	55
4.5.2	Uji F	56
4.6	Pembahasan.....	56
4.6.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Coffeshop</i> Amati Tembesi.....	56
4.6.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Coffeshop</i> Amati Tembesi.....	57
4.6.3	Pengaruh Inovasi Produk dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Coffeshop</i> Amati Tembesi.....	57

4.7	Implikasi Hasil Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Simpulan	59
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA		61
Lampiran 1 pendukung penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data Diagram	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan <i>scatterplot</i>	53

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 1.1 Transaksi yang dilakukan konsumen pada Nov 2021-Okt 2022.....	6
Tabel 1.2 Jumlah item yang terjual pada Nov 2021-okt 2022.....	6
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.4 Rentang Skala Analisis Deskriptif.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (X_1)	45
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth	46
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Word of Mouth	48
Tabel 4.12 Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorof-Smirnov	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Glejser Heterokedastisitas	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	54
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	55
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Regresi Parsial).....	55
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	56

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3.1 Jacob Cohen	28
Rumus 3.2 Pearson Product Moment.....	33
Rumus 3.3 Alpha Cronbach	34
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	36
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi	37
Rumus 3.6 Rumus uji T	38