

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT AGUNG TOYOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh

Jesslyn

170910039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT AGUNG TOYOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Jesslyn
170910039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini penulis :

Nama : Jesslyn
NPM : 170910039
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang penulis buat dengan judul :

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT AGUNG TOYOTA BATAM

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

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 22 Januari 2021



Jesslyn
170910039

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT AGUNG TOYOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Jesslyn
170910039**

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

Batam, 28 Januari 2021



**Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT Agung Toyota Batam yang bergerak di industri otomotif. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu variabel inovasi produk dan variabel kualitas produk. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan metode simple random sampling, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 104 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data teknis, seperti pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian hipotesis klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel inovasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Agung Toyota Batam. Variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 32,4% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan 67,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari luar penelitian ini.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze whether product innovation and product quality have an impact on the purchase decision of PT Agung Toyota Batam engaged in the automotive industry. This study uses two independent variables, namely product innovation variables and product quality variables. The technique of collecting the data used in this research is to distribute the questionnaires using a simple random sampling method, so the sample used in this research has a total of 104 respondents. This study uses technical data analysis methods, such as validity testing, reliability testing, classical hypothesis testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination testing and hypothesis testing. The results of the study show that product innovation variables have no positive and significant impact on purchasing decisions, Product quality variables have a positive impact on purchasing decisions and are of great significance to purchasing decisions. Furthermore, product innovation and product quality variable simultaneously does have positive influence and is significant towards the purchase decision of PT Agung Toyota Batam. Variables in this research have an influence od 32,4% towards the purchase decision. The rest 67,6% are influenced by other variables coming from outside of this research.

Keywords : Promotion, Product Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan 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 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 tidak 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. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Daris Purba, S.E.I., M.S.I. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan semangat dan doanya kepada penulis;
7. Seluruh konsumen PT Agung Toyota Batam yang telah bersedia menjadi narasumber dan rela menyediakan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 26 Januari 2021

Jesslyn



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Teori Dasar	9
2.1.1. Inovasi Produk.....	9
2.1.1.1. Pengertian Inovasi Produk	9
2.1.1.2. Tujuan Inovasi Produk.....	10
2.1.1.3. Fungsi Inovasi Produk	11
2.1.1.4. Indikator Inovasi Produk.....	11
2.1.2. Kualitas Produk	12
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.2.2. Tingkatan Kualitas Produk	13
2.1.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14

2.1.2.4.	Indikator Kualitas Produk	15
2.1.3.	Keputusan Pembelian	17
2.1.3.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.3.2.	Tahap Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.1.3.4.	Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2.	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Pemikiran	23
2.3.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.	Hipotesis	24
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
3.1.	Desain Penelitian	29
3.2.	Operasional Variabel	29
3.2.1.	Variabel Bebas (Variabel Independen)	29
3.2.2.	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	30
3.3.	Populasi dan Sampel	31
3.3.1.	Populasi	31
3.3.2.	Sampel	32
3.4.	Alat dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.	Metode Analisis Data.....	34
3.5.1.	Analisis Deskriptif	34
3.5.2.	Uji Kualitas Data	34
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	34
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	35
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.3.1.	Uji Normalitas	35
3.5.3.2.	Uji Multikolonieritas.....	36
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	36
3.5.4.	Uji Pengaruh	36
3.5.4.1.	Uji Regresi Linier Berganda	36
3.5.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
3.5.5.	Uji Hipotesis	37
3.5.5.1.	Uji t (Parsial)	37

3.5.5.2.	Uji F (Simultan).....	38
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	38
3.6.1.	Lokasi Penelitian	38
3.6.2.	Jadwal Penelitian	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1.	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1.	Profil Responden	45
4.1.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.2.	Analisis Deskriptif.....	47
4.1.2.1.	Analisis Desikriptif Inovasi Produk (X_1).....	48
Sumber: Peneliti, 2020.....		49
4.1.2.1.	Analisis Desikriptif Kualitas Produk (X_2).....	49
4.1.2.2.	Analisis Desikriptif Keputusan Pembelian (Y)	50
4.1.3.	Uji Kualitas Data	52
4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas	52
4.1.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.4.1.	Uji Normalitas	54
4.1.4.2.	Uji Multikolinieritas	57
4.1.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	58
4.1.5.	Uji Pengaruh.....	59
4.1.5.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.1.5.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.1.6.	Uji Pengaruh	61
4.1.6.1.	Uji t (Parsial)	61
4.1.6.2.	Uji F (Simultan).....	63
4.2.	Pembahasan	64
4.2.1.	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.2.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.2.1.	Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1.	Kesimpulan.....	74

5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	1

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	55
Gambar 4.2 Uji Normalitas Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized</i>	55

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Spesifikasi Inovasi Produk pada PT Agung Toyota.....	3
Tabel 1.2 Spesifikasi Kualitas Produk pada PT Agung Toyota	3
Tabel 1.3 Data Penjualan tahun 2015-2020 pada PT Agung Toyota	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data.....	33
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskripsi Inovasi Produk (X_1).....	48
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Produk (X_2)	49
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validalitas Inovasi Produk (X_1).....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validalitas Kualitas Produk (X_2)	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validalitas Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial).....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan).....	63

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Pearson Product Moment</i>	34
Rumus 3.2 Regresi Linier Berganda	36
Rumus 3.3 Uji T	37