

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP MINAT KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Rokok Boy)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Ismia Oktavira

NPM. 18419502

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI
KEDIRI
2022**

PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi salah satu
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
tanggal 22 Juni 2022

Mengesahkan



NIDN: 0718026001

Tim Penguji :

1. Desi Kristanti, S.E, M.M.
NIDN : 0704038203
2. Krissantina Eferyn, S.E, M.Ak
NIDN : 0712068404
3. Drs. Sudjiono, M.M.
NIDN : 0711055801

.....
[Signature]
.....
[Signature]

.....
[Signature]

SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Ismia Oktavira

NPM : 18419502

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

“Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada Rokok Boy)”

Apabila suatu saat saya terbukti melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Kediri, 22, Juni 2022

Yang membuat



Ismia Oktavira

NPM. 18419502

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Rokok Boy).

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kediri.

Sehubungan dengan selesainya Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya.
2. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan semangat dan do'a yang luar biasa.
3. Bapak Ir. Djoko Rahardjo, M.P. selaku Rektor Universitas Kediri
4. Ibu Desi Kristanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang selalu sabar membimbing saya hingga selesai skripsi
5. Ibu Krissantina Efferyn S.E., M.Ak. selaku dosen pembimbing II yang selalu sabar mengajarkan saya dan membantu saya menyelesaikan skripsi, revisi dan keluhan saya.
6. Bapak dan Ibu dosen dari semester 1 – 7 yang telah mengajar saya.
7. Christian Ranga B. selaku teman special dan selalu memberi semangat dan selalu menemani saya.
8. Sahabat dan teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kediri, 22 Juni 2022



Ismia Oktavira

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Lembar Pengesahan | i |
| Surat Pernyataan Orisinalitas | ii |
| Kata Pengantar | iii |
| Daftar Isi..... | iv |
| Daftar Tabel | viii |
| Daftar Lampiran | ix |
| Abstrak Bahasa Indonesia..... | x |
| Abstrak Bahasa Inggris | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 16 |
| 2.2.1 Inovasi Produk..... | 16 |
| 2.2.1.1 Definisi Inovasi Produk | 16 |
| 2.2.1.2 Manfaat Inovasi Produk | 17 |
| 2.2.1.3 Tujuan Inovasi Produk | 18 |
| 2.2.1.4 Tipe Inovasi Produk | 18 |
| 2.2.1.5 Indikator Inovasi Produk | 19 |
| 2.2.2 Strategi Pemasaran | 19 |
| 2.2.2.1 Definisi Strategi Pemasaran | 19 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2.2 Ciri-ciri Strategi Pemasaran | 22 |
| 2.2.2.3 Fungsi Strategi Pemasaran | 23 |
| 2.2.2.4 Peran Penting Strategi Pemasaran | 25 |
| 2.2.2.5 Indikator Strategi Pemasaran | 26 |
| 2.2.3 Minat Beli Konsumen..... | 27 |
| 2.2.3.1 Definisi Minat Beli Konsumen | 27 |
| 2.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen..... | 28 |
| 2.2.3.3 Sifat & Karakter Minat Beli Konsumen | 29 |
| 2.2.3.4 Indikator Minat Beli Konsumen | 30 |
| 2.3 Kerangka Berpikir..... | 31 |
| 2.4 Hipotesis..... | 31 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 32 |
| 3.2 Lokasi & Periode Penelitian..... | 32 |
| 3.3 Populasi & Sampel..... | 32 |
| 3.3.1 Populasi | 32 |
| 3.3.2 Teknik Penentuan Besarnya Sampel | 33 |
| 3.3.3 Teknik Sampling | 33 |
| 3.4 Sumber Data..... | 35 |
| 3.4.1 Data Sekunder | 35 |
| 3.4.2 Data Primer..... | 35 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 36 |
| 3.5.1 Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 3.5.2 Uji Instrumen Penelitian..... | 37 |
| 3.5.2.1 Uji Validitas | 37 |
| 3.2.2.1 Uji Reliabilitas | 38 |
| 3.6 Definisi Operasional..... | 38 |
| 3.7 Metode Analisis Data..... | 40 |
| 3.7.1 Uji Asumsi Klasik | 40 |
| 3.7.1.1 Uji Normalitas..... | 40 |

| | |
|---|-----------|
| 3.7.1.2 Uji Multikolinieritas..... | 41 |
| 3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 41 |
| 3.7.1.3 Uji Autokolerasi..... | 42 |
| 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 42 |
| 3.7.3 Koefisien Determinasi (R ²)..... | 43 |
| 3.8 Uji Hipotesis | 43 |
| 3.8.1 Uji t..... | 44 |
| 3.8.2 Uji F..... | 44 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 45 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 45 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 45 |
| 4.1.2 Logo..... | 45 |
| 4.1.3 Visi | 46 |
| 4.1.4 Misi..... | 46 |
| 4.1.5 Produk Yang Ditawarkan | 46 |
| 4.1.6 Struktur Organisasi..... | 47 |
| 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden..... | 48 |
| 4.3 Deskripsi Jawaban Responden..... | 50 |
| 4.4 Analisis Data | 56 |
| 4.4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | 56 |
| 4.4.1.1 Uji Validitas | 56 |
| 4.4.1.2 Uji Reliabilitas | 58 |
| 4.4.2 Uji Asumsi Klasik | 59 |
| 4.4.2.1 Uji Normalitas..... | 59 |
| 4.4.2.2 Uji Multikolinearitas | 60 |
| 4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas | 61 |
| 4.4.2.3 Uji Autokolerasi..... | 63 |
| 4.4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 64 |
| 4.4.4 Hasil Koefisien Determinasi (R ²) | 65 |

| | |
|---|----|
| 4.5 Uji Hipotesis | 66 |
| 4.5.1 Uji Parsial t | 66 |
| 4.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) | 67 |
| 4.6 Pembahasan..... | 68 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 70 |
| 5.1 Kesimpulan | 70 |
| 5.2 Saran..... | 71 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 38 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden | 48 |
| Tabel 4.2 Usia Responden..... | 49 |
| Tabel 4.3 Pekerjaan Responden | 50 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden X1 Kualitas Produk | 51 |
| Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden X1 Varian Produk | 51 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden X1 Gaya Dan Desain..... | 52 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden X2 Menarik Dan Unik..... | 52 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden X2 Harga | 53 |
| Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden X2 Kemasan | 53 |
| Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden X2 Promosi..... | 54 |
| Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Y Kecenderungan Varian..... | 54 |
| Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Y Referensi Produk..... | 55 |
| Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Y Pilihan Utama..... | 55 |
| Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Y Informasi | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Riwayat Hidup | I |
| Kuesioner | II |
| Hasil Kuesioner | III |
| Plagiasi | IV |
| Lembar Bimbingan..... | V |
| Berita Acara Seminar Proposal | VI |
| Lembar Persetujuan Seminar Proposal | VII |