

**PENGARUH FANATISME, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERSEBAYA STORE
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

BECKHAMARVIAN PUTRA

NPM 19420083

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bechkam Arvian Putra
NPM : 19420083
Alamat : Uka 7b/30
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fanatisme, Inovasi Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Persebaya Store Di Kota Surabaya”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 15 September 2023

Yang membuat pernyataan



(Beckham Arvian Putra)

19420083

SKRIPSI

**PENGARUH FANATISME, INOVASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERSEBAYA STORE DI KOTA
SURABAYA**

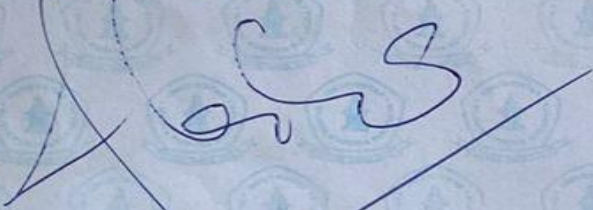
Diajukan oleh:

BECKHAM ARVIAN PUTRA

19420083

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Indahwati, SE., M.Si

Tanggal, 12 Juli 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 12 Juli 2023

SKRIPSI

**PENGARUH FANATISME, INOVASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERSEBAYA STORE DI KOTA SURABAYA**

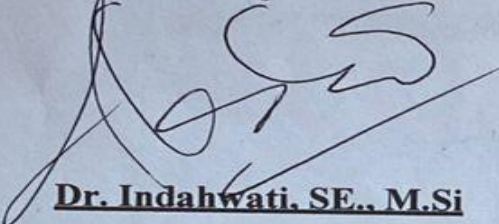
Diajukan Oleh :

BECKHAM ARVIAN PUTRA

19420083


Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



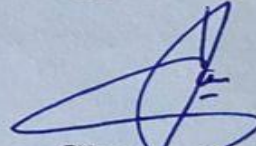
Dr. Indahwati, SE., M.Si

Ketua Tim Penguji



Dr. Titik Inayati, SE., MM

Anggota Tim Penguji



Giyana, SE, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Surabaya,



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur tercurahkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh fanatisme, inovasi produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk persebaya store di Kota Surabaya”. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam yang telah memberikan tauladan bagi umat manusia di dunia. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah Subhanahu Wa Ta'ala serta dorongan dukungan dari semua pihak, akhirnya penulis skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusuna skripsi ini tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala nikmat, kesehatan, kemudahan dan kelancaran, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
5. Ibu Dr. Indahwati, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan,

bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Dewi Nuraini, SE, M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Orangtua tercinta Ayah, Ibu dan anggota keluarga lainnya yang telah menyayangi dan mencintai dengan tulus serta memberikan banyak dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi.
9. Terimakasih untuk Faradinita atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat keluh kesah selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Terimakasih sudah menjadi bagian hidup perjalanan saya hingga sekarang ini.
10. Rekan Damai Kami Sepanjang Hari (DKSH) Andre, Rizky Hidayat, Danureza, Ridho, Yusuf, Galang, Reza, Arsen, Dadang, Bryan, Farel, Gilang, Rafly dan rekan lainnya yang selalu memberi semangat serta memberi informasi selama 4 tahun masa perkuliahan.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini, kritik dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terima Kasih

DAFTAR ISI

JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	15
PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.5 Sistematika Skripsi.....	21
BAB II	23
TELAAH PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Fanatisme	23
2.1.2 Inovasi Produk	26

2.1.3	Promosi.....	29
2.1.4	Keputusan Pembelian	36
2.2	Penelitian Terdahulu.....	42
2.3	Hipotesis	46
2.4	Kerangka Konseptual	46
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
3.1	Pendekatan Penelitian.....	47
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.2.1	Populasi.....	47
3.2.2	Sampel.....	48
3.3	Identifikasi Variabel.....	49
3.4	Definisi Operasional Variabel	49
3.4.1	Fanatisme (X1)	49
3.4.2	Inovasi Produk (X2).....	50
3.4.3	Promosi (X3).....	51
3.4.5	Keputusan Pembelian (Y).....	52
3.5	Jenis Data dan Sumber Data	53
3.5.1	Jenis Data.....	53
3.6.	Sumber Data.....	54

3.7	Prosedur Pengumpulan Data	55
3.8	Teknik Analisis	56
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.8.2	Uji t.....	58
3.8.3	Uji Regresi Linier Berganda	58
BAB IV		60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.2	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden	65
4.4	Analisis Data	71
4.4.1	Uji Validitas	71
4.4.2	Uji Reliabilitas	73
4.4.3	Uji t	74
4.4.5	Uji Regresi Linier Berganda	75
4.5	Pembahasan	78
BAB V.....		81

SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4. 3 Deskripsi Konsumen Persebaya Store.....	63
Tabel 4. 4 Deskripsi Kategori Responden	64
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Mengenai Fanatisme	65
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Mengenai Inovasi Produk.....	67
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden Mengenai Promosi.....	68
Tabel 4. 8 Deskripsi Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	73
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Uji t	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Persebaya Store.....	60
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : KUISIONER**
- LAMPIRAN 2 : PENELITIAN TERDAHULU**
- LAMPIRAN 3 :TABULASI DATA**
- LAMPIRAN 4 : UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS**
- LAMPIRAN 5 : UJI REGRESII LINIER BERGANDA**
- LAMPIRAN 6 : t-TABEL**

ABSTRAK

Hasil penelitian dari studi ini adalah ketahu pengaruh variabel fanatisme, inovasi produk, serta promosi pada keputusan pembelian produk Persebaya store di kota Surabaya. Kumpulan data pada penelitian gunakan kuisisioner. Sampel yang diaplikasikan sebanyak 40 konsumen persebaya store di Surabaya. Penelitian ini gunakan kuantitatif melalui metode uji regresi linier berganda melalui bantuan software *SPSS V.20*. Penelitian ini menyatakan jikalau variabel fanatisme, serta variabel inovasi produk ada pengaruh signifikan pada keputusan pembelian sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Kata Kunci : Fanatisme, Inovasi Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTARCT

The results of this study are to determine the influence of fanaticism, product innovation, and promotion on purchasing decisions for Persebaya store products in the city of Surabaya. Data collection in research using a questionnaire. The samples used were 40 consumers of Persebaya stores in Surabaya. With the use of SPSS V.20 software, this study employs quantitative methodologies using multiple linear regression testing. According to this research, factors like promotion variables have no substantial impact on buying decisions however factors like fanaticism and product innovation do.

Keyword: *Fanaticism, Product Innovation, Promotion, and Purchasing Decision*