

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
UMKM KOPI SORGTIME DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

TIARA INTAN YOLANDA

NPM: 20420147

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

2024

HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama : Tiara Intan Yolanda
NPM : 20420147
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Inovasi produk, Kualitas Produk, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Kopi Sorgtime Di Kota Surabaya**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

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

Surabaya, 25 AGUSTUS 2024

Yang Menyatakan



Tiara Intan Yolanda
NPM. 20420147

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
UMKM KOPI SORGTIME DI KOTA SURABAYA**


Diajukan oleh :

TIARA INTAN YOLANDA

NPM. 20420147


TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
NIK/NIP. 09420-ET

Tanggal, 21 Agustus 2024

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
NIK/NIP. 09420-ET

Tanggal, 21 Agustus 2024

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
UMKM KOPI SORGTIME DI KOTA SURABAYA**

Diajukan oleh:

TIARA INTAN YOLANDA

NPM : 20420147

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



(Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji Lain



(Djojo Dihadjo, SE., MM., M.Ak)



(Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si)

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Tanggal, 21 Agustus 2024



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi Manajemen**

Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi Manajemen
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan atribut produk terhadap keputusan pembelian umkm kopi sorgtime di kota Surabaya”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

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 akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingan yang ditunjukkan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Yth :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., MAK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM, selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
5. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan sangat baik.

6. Ibu Husni Indrawati selaku Dosen Interpretasi SPSS yang telah memberikan arahan dan saran dengan sabar dalam proses penyusunan skripsi supaya terselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah membantu menyampaikan informasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Kepada ibu Agustin dan bapak sudiyono yaitu orang tua kandung saya yang telah membiayai kuliah dari awal hingga selesai dan dapat memberikan perhatiannya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Sahabat – sahabatku Rachelia angel, Adinda, Qatrun, Riska, Rosyidah, Rizal yang telah memberikan support dan saling membantu satu sama lain dalam memberikan saran sehingga skripsi ini terselesaikan.
11. Kepada Apta Jayeng, selaku ceo of sorgtime yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini sampe selesai.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Manfaat.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan teori	10
2.1.1 Manajemen pemasaran.....	10
2.1.2 Konsep Inovasi Produk.....	10
2.1.2.1 Produk	10
2.1.2.2 Tipe Inovasi Produk.....	11
2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk	12
2.1.3 Konsep Kualitas Produk.....	13
2.1.3.1 Kualitas Produk.....	13
2.1.3.2 Kualitas Produk Kopi.....	15
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Konsep Atribut Produk.....	18
2.1.4.1 Definisi Atribut Produk.....	18
2.1.4.2 Dimensi Atribut Produk	19
2.1.4.3 Atribut produk.....	21

2.1.4.4	Komponen-Komponen Atribut Produk	25
2.1.4.5	Indikator-Indikator Atribut Produk.....	25
2.1.5	Keputusan Pembelian	27
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.1.5.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	28
2.1.5.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.1.6	Hubungan antar variabel.....	29
2.1.6.1	Hubungan inovasi produk dengan keputusan pembelian	29
2.1.6.2	Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	29
2.1.6.3	Hubungan Atribut produk dengan keputusan pembelian	30
2.2	Penelitian terdahulu.....	30
2.2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini.....	33
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	
2.3.1	Hipotesis.....	37
2.3.1	Model Analisis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Pendekatan penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Identifikasi Variabel.....	41
3.3.1	Variabel bebas (X).....	41
3.3.2	Variabel Terikat	41
3.4	Definisi Operasional.....	41
3.5	Jenis dan Sumber data.....	43
3.5.1	Jenis data	43

3.5.2	Sumber Data.....	44
3.5.3	Prosedur Pengumpulan Data	44
3.6	Teknik Analisis	46
3.6.1	Uji Validitas	46
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.3	Regresi linier berganda	47
3.6.4	Koefisien determinasi berganda.....	48
3.6.5	Uji Hipotesis	48
3.6.5.1	Uji T.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	49
4.1.1	Sejarah Singkat UMKM Kopi Sorgtime.....	49
4.1.2	Visi & Misi Kopi Sorgtime	50
4.1.3	Produk & layanan Kopi Sorgtime	51
4.1.3.1	Produk Kopi Sorgtime	51
4.1.3.2	Layanan Kopi Sorgtime	51
4.1.4	Lokasi Kopi Sorgtime.....	52
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.2.2	Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	55
4.2.2.1	Analisa Responden Terhadap Inovasi Produk (X1).....	57
4.2.2.2	Analisa Responden Terhadap Kualitas Produk (X2).....	59
4.2.2.3 Analisa Responden Terhadap Atribut Produk (X3).....	61
4.2.2.4	Analisa Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
4.3	Hasil Analisis Data.....	65
4.3.1	Uji Instrumen	65
4.3.1.1	Uji Validitas	65

4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	67
4.3.2	Uji Hipotesis	68
4.3.2.1	Nilai Koefisien Determinasi (R²)	68
4.3.2.2	Uji T.....	69
4.3.2.3	Uji Path Analysis (Uji Analisis Jalur)	70
4.4	Pembahasan.....	73
4.4.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.3	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran	76
5.3	Keterbatasan Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produksi Kopi Di Indonesia	3
Gambar 2.1	Model Penelitian	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.2	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini	33
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2	Tabel Data Usia Responden.....	53
Tabel 4.3	Frekuensi Kunjungan	54
Tabel 4.4	Pendapatan Responden	55
Tabel 4.5	Kategori Mean Masing-masing Variabel	56
Tabel 4.6	Tanggapan Terhadap Inovasi Produk (X1)	57
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X2)	59
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atribut Produk (X3).....	61
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas	68
Tabel 4.12	Nilai Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.13	Tabel Coefficient.....	70
Tabel 4.14	Uji Pengaruh Langsung.....	70

ABSTRAK

Penelitian tertulis tujuannya untuk lebih memahami bagaimana UMKM Sorgtime Coffee di Kota Surabaya membuat keputusan pembelian, penelitian tertulis akan meneliti pengaruh inovasi produk, kualitas, dan atribut. Dengan teknik pengambilan sampel acak sederhana, metodologi penelitian kuantitatif diadopsi. Untuk memastikan hubungan antara inovasi produk, kualitas, dan atribut dengan keputusan pembelian konsumen, data dikumpulkan melewati analisis regresi linier berganda. Menurut hasil penelitian, keputusan pembelian UMKM Sorgtime Coffee secara signifikan terpengaruhi oleh inovasi produk, kualitas, dan atribut. Hasil penelitian memperlihatkan UMKM Sorgtime Coffee harus terus meningkatkan inovasi produk, kualitas, dan atribut dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian tertulis dimaksudkan untuk membantu UMKM di industri kopi Surabaya tumbuh. Menurut hasil penelitian, UMKM Sorgtime Coffee di Kota Surabaya harus berkonsentrasi pada peningkatan inovasi produk, kualitas, dan atribut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengembangkan pangsa pasar mereka. Diyakini dengan melaksanakan ini, UMKM Sorgtime Coffee akan mampu bersaing dengan pasar yang lebih kompetitif.

Kata kunci: Inovasi produk, Kualitas produk, Atribut produk, Keputusan pembelian

ABSTRACT

In order to better understand how Sorgtime Coffee MSMEs in the City of Surabaya make purchasing decisions, this research will examine the impact of product innovation, quality, and attributes. Utilizing a straightforward random sampling technique, a quantitative research methodology was adopted. In order to ascertain the relationship between product innovation, quality, and attributes and consumer purchasing decisions, data was gathered through multiple linear regression analysis. According to the research findings, Sorgtime Coffee MSMEs' purchasing decisions are significantly influenced by product innovation, quality, and attributes. The research findings suggest that Sorgtime Coffee MSMEs should keep enhancing their product innovation, quality, and attributes to enhance consumer purchasing decisions. This study is intended to help MSMEs in Surabaya's coffee industry grow. According to the study's findings, Sorgtime Coffee MSMEs in Surabaya City should concentrate on enhancing product innovation, quality, and attributes in order to boost customer satisfaction and grow their market share. It is believed that by doing this, Sorgtime Coffee MSMEs will be able to contend with a more fiercely competitive market.

Keyword: Product Innovation, Product Quality, Product Attributes, Purchasing Decisions.