



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Cabang Kota
Bambu Jakarta Barat**

SKRIPSI

HIKMAH TURAHAHMAH

1616.1111.0875

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang
dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar**

Jakarta , 31 Juli 2020



Hikmah Turahmah

1616.1111.0875

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hikmah Turahmah
NIM : 1616.1111.0875
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Baso
Aci Akang Cabang Kota Bambu Jakarta Barat)

Jakarta, 31 Juli 2020

Pembimbing Utama



(Zurlina Lubis., S.E., M.M)

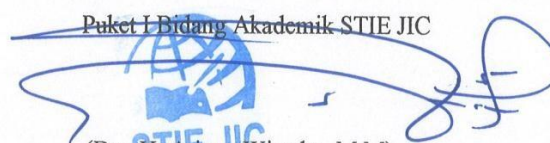
Pembimbing Pendamping



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, M.M)

Mengetahui,

Paket I Bidang Akademik STIE JIC

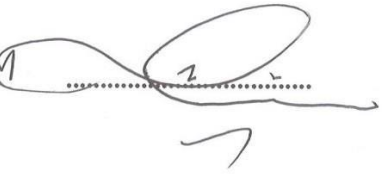


(Drs. H. Arjuna Wiwaha, M.M)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan : 05 Agustus 2020

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: <u>Drs. H. Arjuna W, M.K.</u>	
Anggota	: 1. <u>Dr. Bui Susanti, M.M.</u>	
	2. <u>Drs Nimrod A.S. M.Com</u>	
	3. <u>Zurlina Lubis, SEMM</u>	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Penulis memberi judul penelitian ini yaitu **“Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Cabang Kota Bambu Jakarta Barat”**.

Penelitian ini disusun berdasarkan acuan-acuan teori dan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penulis tentunya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dalam penyusunan kata-kata maupun dalam penyajian analisisnya. Namun penulis telah berusaha dengan semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa sejak awal penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan secara moril maupun material hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Perjalanan studi penulis dari awal hingga akhir tidak ada yang sukses apabila dilalui sendiri. Dibalik keberhasilan selalu ada kebersamaan yang memberikan semangat, motivasi, bimbingan serta doa. Untuk itu, tidak lupa pada kesempatan ini penulis secara khusus ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, M.M. selaku Ketua STIE Jakarta International College.

2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, M.M. selaku PUKET I. Sekaligus selaku Pembimbing Pendamping skripsi, yang telah memberikan saran dan nasehat dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Evi Susanti, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen
4. Ibu Zurlina Lubis, S.E., M.M. selaku Pembimbing Utama skripsi, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha STIE Jakarta International College.
6. Pimpinan Baso Aci Akang Cabang Kota Bambu yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
7. Bapak Abdul Halim dan Ibu Khoridah selaku orangtua yang telah mendukung baik secara material maupun moril serta telah memberikan do'a sepanjang waktu untuk kesuksesan anaknya.
8. Sumayyah, Mila Rafika Putri, Aprillia Larasanti, Ifa Nafisah, Amalia Dwi Puspita, Saiman, Fanny Septiansyah, Moch. Dwi Nurcahyo, dan M. Faurizal Masri selaku teman satu kelas dan teman seperjuangan selama masa kuliah.
9. Suffi Ayu Ningrum terimakasih telah menjadi sahabat dan pendengar yang baik selama ini bagi penulis.

10. Nabila Rachmawati, Sumayyah, Mila Rafika Putri, Aprillia Larasanti
terimakasih telah menjadi kawan diskusi yang baik dan memberi semangat penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Mahasiswa/i STIE Jakarta International Collage terutama angkatan 2016, terima kasih atas kebersamaannya selama ini semoga sukses untuk kedepannya.
12. Semua responden dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini kelak dapat bermanfaat dan menjadi suatu karya yang memberi dampak positif serta berguna untuk siapa saja yang membacanya.

Jakarta, Juli 2020

Hikmah Turahmah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik STIE Jakarta Internasional College, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hikmah Turahmah
NIM : 1616.1111.0875
Program Studi : S-1 Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta Internasional College **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Cabang Kota Bambu Jakarta Barat.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini STIE Jakarta Internasional College berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 3 Juli 2020



Hikmah Turahmah

1616.1111.0875

ABSTRACT

This study discusses the Effect of Product Innovation and Brand Image on Purchasing Decisions of Baso Aci Akang, Kota Bambu Branch, West Jakarta. The purpose of this study was to determine how much influence the product innovation and brand image have on purchasing decision Baso Aci Akang.

This research was conducted at Baso Aci Akang Outlet, Kota Bambu branch, West Jakarta. The time of the study was conducted from February to July 2020. This research used the library method and the field method. The results showed a significant influence of product innovation variables on purchasing decisions because, from the results of the T test where $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ ($2,319 > 1,99167$), and there was a significant effect of brand image variables on purchasing decisions, where $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ ($2,323 > 1,99167$). It can be concluded that there is a significant influence between product innovation variables on purchasing decisions from the results of the coefficient of determination (KD) test, the magnitude of the influence of product innovation on purchasing decisions is 6.6%, and the magnitude of the influence of brand image on purchasing decisions has the same influence as product innovation, which is 6.6%.

Keywords: Product Innovation, Brand Image and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	10
C. Perumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teoritis	13
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Rerangka Pemikiran	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Populasi, Sampel, dan Metode Pengumpulan Data.....	36
C. Definisi Operasional Variabel	43
D. Teknik Analisis Data	47

E. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Penelitian	65
B. Pengolahan Data	87
C. Pengujian Hipotesis.....	107
D. Pembahasan Hasil Penelitian	110
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	113
B. Keterbatasan	113
C. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1 : Perbandingan Menu.....	6
TABEL 2 : Penelitian Terdahulu.....	28
TABEL 3 : Pedoman Penarikan Sampel	38
TABEL 4 : Tabel Variabel Bebas	43
TABEL 5 : Tabel Variabel Terikat.....	46
TABEL 6 : Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X1)	49
TABEL 7 : Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)	49
TABEL 8 : Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	50
TABEL 9 : Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk (X1)	51
TABEL 10 : Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X2)	51
TABEL 11 : Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	52
TABEL 12 : Skala Pengukuran	54
TABEL 13 : Tabel Koefisien Korelasi.....	59
TABEL 14 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 1 Indikator Inovasi Produk (X1)	66
TABEL 15 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 2 Indikator Inovasi Produk (X1)	66
TABEL 16 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 3 Indikator Inovasi Produk (X1)	67
TABEL 17 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 4 Indikator Inovasi Produk (X1)	68
TABEL 18 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 5 Indikator Inovasi Produk (X1)	69
TABEL 19 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 6 Indikator Inovasi Produk (X1)	69
TABEL 20 : Hasil Rekapitulasi Penelitian Inovasi Produk (X1).....	70
TABEL 21 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 7 Indikator Citra Merek (X2).....	71

TABEL 22 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 8 Indikator Citra	
Merek (X2).....	72
TABEL 23 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 9 Indikator Citra	
Merek (X2).....	73
TABEL 24 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 10 Indikator Citra	
Merek (X2).....	73
TABEL 25 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 11 Indikator Citra	
Merek (X2).....	74
TABEL 26 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 12 Indikator Citra	
Merek (X2).....	75
TABEL 27 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 13 Indikator Citra	
Merek (X2).....	75
TABEL 28 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 14 Indikator Citra	
Merek (X2).....	76
TABEL 29 : Hasil Rekapitulasi Penelitian Citra Merek (X2).....	77
TABEL 30 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 15 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	78
TABEL 31 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 16 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	79
TABEL 32 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 17 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	80
TABEL 33 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 18 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	80
TABEL 34 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 19 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	81
TABEL 35 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 20 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	82
TABEL 36 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 21 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	82
TABEL 37 : Tanggapan Responden Pada Pernyataan No 22 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	83

TABEL 38 : Hasil Rekapitulasi Penelitian Keputusan Pembelian (Y)	84
TABEL 39 : Jenis Kelamin Responden	85
TABEL 40 : Usia Responden	86
TABEL 41 : Penghasilan Responden	86
TABEL 42 : Pekerjaan Responden	87
TABEL 43 : Uji Normalitas Menggunakan <i>Kolmogorov – Smirnov</i>	89
TABEL 44 : Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai Tolerance Dan Inflation.....	90
TABEL 45 : Uji Regresi Linear Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	92
TABEL 46 : Uji Regresi Linear Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	100
TABEL 47 : Uji Regresi Linear Berganda	102
TABEL 48 : Uji Koefisien Korelasi Sederhana Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	103
TABEL 49 : Uji Koefisien Korelasi Sederhana Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)... ..	103
TABEL 50 : Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	104
TABEL 51 : Uji Koefisien Determinasi Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	104
TABEL 52 : Uji Koefisien Determinasi Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105
TABEL 53 : Uji Koefisien Determinasi Inovasi Produk (X1) Dan Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Silmutan	106
TABEL 54 : Uji T Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	107
TABEL 55 : Uji T Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	109
TABEL 56 : Uji F Inovasi Produk (X1) Dan Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	110

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 : Pertumbuhan Industri Makanan, Restoran Di Indonesia.....	1
GAMBAR 2 : Diagram Bakso di Indonesia.....	3
GAMBAR 3 : Rerangka Pemikiran	34
GAMBAR 4 : Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	88
GAMBAR 5 : Hasil Uji Normalitas Menggunakan p-plot.....	88
GAMBAR 6 : Hasil Uji Heteroskedasitas.....	91
GAMBAR 7 : Grafik Regresi Linear Sederhana Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	93
GAMBAR 8 : Grafik Regresi Linear Sederhana Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	101
GAMBAR 9 : Grafik Uji T Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	108
GAMBAR 10 : Grafik Uji T Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	110

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Kuesioner.....	1
LAMPIRAN 2	: Tabulasi Responden Inovasi Produk (X1)	6
LAMPIRAN 3	: Tabulasi Responden Citra Merek (X2)	8
LAMPIRAN 4	: Tabulasi Responden Keputusan Pembelian (Y).....	10
LAMPIRAN 5	: Tabel Rata-rata Kuesioner.....	13
LAMPIRAN 6	: Rekapitulasi Penelitian.....	14
LAMPIRAN 7	: Tabel Presentase Distribusi T.....	17
LAMPIRAN 8	: Tabel Presentase Distribusi F.....	18
LAMPIRAN 9	: Surat Keterangan Riset.....	19
LAMPIRAN 10	: Daftar Riwayat Hidup	20