

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN E-COMMERCE TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM HOTANG (HOTDOG KENTANG)
BANYUMAS TAHUN 2020**

(Skripsi)

**Oleh:
IKAH PITRIYANI**



**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG
TAHUN 2021**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN E-COMMERCE TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM HOTANG (HOTDOG KENTANG)
BANYUMAS TAHUN 2020**

Oleh:

IKAH PITRIYANI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Pringsewu

Lampung



PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG

TAHUN 2021

ABSTRAK

IKAH PITRIYANI, Pengaruh Inovasi Produk dan E-commerce Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas Tahun 2020 (Di bawah bimbingan Bapak Drs. H. M. Ali Khan, M.M., sebagai pembimbing I dan Ibu Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M., sebagai pembimbing II) xvi + 63 halaman + 16 tabel + 3 gambar dan 19 lampiran.

Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan pembelian didasari dengan berbagai macam faktor, faktor tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap barang maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi atau perusahaan. Masalah dalam penelitian ini adalah meningkatnya keputusan pembelian yang terjadi pada tahun 2019-2020 di UMKM Hotang (Hotdog Kentang). Rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada UMKM Hotang di Banyumas Tahun 2020? Apakah ada pengaruh E-commerce terhadap pengambilan keputusan pembelian pada UMKM Hotang di Banyumas Tahun 2020? Apakah ada pengaruh inovasi produk dan E-commerce secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada UMKM Hotang di Banyumas Tahun 2020? Tujuan penelitian ini adalah Ingin mengetahui ada pengaruh inovasi produk terhadap pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas tahun 2020. Ingin mengetahui ada pengaruh E-commerce terhadap pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas tahun 2020. Ingin mengetahui ada pengaruh inovasi produk dan E-commerce secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) Banyumas tahun 2020. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian dijelaskan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan kuesioner. Adapun yang menjadi sampel populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM Hotang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terduga dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 Konsumen yang diambil secara kebetulan. Sehingga dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik *Insidental sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, ternyata hipotesis F – simultan yang diajukan dapat diterima yaitu ada pengaruh inovasi Produk dan E-commerce terhadap Pengambilan keputusan pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang). Hal ini dibuktikan dengan hasil penghitungan regresi berganda didapat nilai F_{hitung} sebesar $4,827 > F_{tabel}$ sebesar $3,35$ ($df = n-k-1$ jadi $df = 30-2-1=27$) (untuk pembilang $df=2$) dengan signifikan sebesar $0,016 < 0,05$. Hasil perhitungan regresi linear berganda didapat nilai *r-square* sebesar $0,263$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengambilan Keputusan Pembelian di UMKM Hotang (Hotdog Kentang) dijelaskan sebesar $26,3\%$ oleh variabel Inovasi Produk dan E-commerce dan sisanya sebesar $73,7\%$ dijelaskan atau dipengaruhi faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

ABSTRACT

IKAH PITRIYANI, The Effect of Product Innovation and E- commerce on Purchasing Decision Making at UMKM Hotang (Hotdog Potato) Banyumas in 2020 (Under the guidance of Drs. H. M. Ali Khan, M.M., as mentor I and Mrs. Nasyi'atun Inayati Utami, SE., M.M., as supervisor II) xvi + 63 pages + 16 tables +3 pictures and 19 attachments.

Purchase decision is a person's buying behavior in determining a product choice to achieve satisfaction according to the needs and desires of consumers. Purchasing decisions are based on various factors, these factors can increase purchasing decisions for goods and services produced by an organization or company. The problem in this study is the increase in purchasing decisions that occur in 2019-2020 in Hotang UMKM (Hotdog Potatoes). The formulation of the problem in this research is Is there an effect of product innovation on purchasing decisions at Hotang UMKM in Banyumas in 2020? Is there any influence E-commerce on purchasing decision making at Hotang UMKM in Banyumas in 2020? Is there an effect of product innovation and E- commerce simultaneously on purchasing decisions at Hotang UMKM in Banyumas in 2020?. The purpose of this study is to find out if there is an effect of product innovation on purchasing decision making at UMKM Hotang (Hotdog Potato) Banyumas in 2020. Want to know the influence E-commerce on purchasing decision making at UMKM Hotang (Hotdog Potato) Banyumas in 2020. Want to know there is an effect of product innovation and of E- commerce simultaneously on purchasing decisions at UMKM Hotang (Hotdog Potato) Banyumas in 2020. This research is a quantitative descriptive study, the data obtained from the sample of the research population were analyzed according to the statistical methods used and then explained. Data collection methods used are documentation and questionnaires. The population sample in this study is Hotang UMKM consumers. The population used in this study was unexpected and the sample used in this study amounted to 30 consumers who were taken by chance. So in this research. The researcher used incidental sampling technique. Analysis of the data used in this study is multiple linear regression. Based on the results of calculations using multiple linear regression analysis, it turns out that the F – simultaneous hypothesis proposed is acceptable, namely that there is an influence of product innovation and e-commerce on purchasing decision making in Hotang UMKM (Hotdog Potatoes). This is evidenced by the results of multiple regression calculations, the F-count value is $4.827 > F\text{-table } 3.35$ ($df = nk-1$ so $df = 30-2-1 = 27$) (for the numerator $df = 2$) with a significant of $0.016 < 0.05$. The results of multiple linear regression calculations obtained an r-square value of 0.263 so that it can be concluded that the Purchasing Decision Making at MSME Hotang (Hotdog Potatoes) is explained by 26.3% by Product Innovation and E-commerce variables and the remaining 73.7% is explained or influenced other factors not identified in this study.

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH INOVASI PRODUK DAN E-COMMERCE TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM HOTANG (HOTDOG KENTANG) BANYUMAS TAHUN 2020

Nama Mahasiswa : Ika Pitriyani

No. Pokok Mahasiswa : 17010115

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran


Program Studi : Manajemen

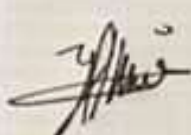
Fakultas



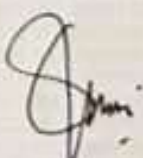
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Drs. H. M. Ali Khan, M.M.
NIDN. 9902004812


Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M.
NIDN 0209029201

2. Ketua Program Studi Manajemen


Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M.
NIDN. 0219088804

HALAMAN PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Penguji Utama : Fatoni, S.E., M.M.

Penguji I : Drs. H. M. Ali Khan, M.M.

Penguji II : Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMPRI



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2021

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta ibunda Ijah, dan ayahanda Umar, yang selalu mendoakan, memberi semangat serta memotivasi untuk keberhasilanku.
2. Kakaku Utom Saputra dan adikku Intan Afifah Rapanda yang selalu memberi semangat dan mendoakan keberhasilanku.
3. Sahabatku tersayang Nita Syuhada, Riska Dwi soffa, Melita, Irma, Yulita, Riska, Ninda, Kinanti, Lianita Mala, Nabila, Yuda, Yusuf, Wawan yang selalu menghibur dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

MOTTO

Lakukan kebaikan sekecil apapun karena kau tidak tau kebaikan yang mana yang akan membawamu kedalam Surga

(Sayyidina „Ali Bin Abi Thalib)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Desa Fajar Bulan, Pada tanggal 5 Desember 1999. Anak kedua dari Tiga bersaudara pasangan Ibu Ijah dengan Bapak Umar.

A. Riwayat Pendidikan

Pendidikan yang pernah ditempuh :

1. SD Negeri 04 Fajar Bulan, lulus Tahun 2011
2. Madrasah Tsanawiyah (MTS) Al-Ikhlas Fajar Bulan, lulus Tahun 2014
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 01 Way Tenong Lampung barat, lulus Tahun 2017
4. Kuliah di Universitas Muhammadiyah Pringsewu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen masuk tahun 2017.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT. Karena hanya rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan E-commerce Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di UMKM Hotang Banyumas tahun 2020”. Penulis tertarik meneliti Inovasi Produk dan E-commerce didasarkan pada pra penelitian yang penulis lakukan di UMKM Hotang Banyumas, bahwa Pengambilan keputusan pembelian pada Hotang dapat dikatakan menurun dari tahun sebelumnya dan diindikasikan karena belum optimalnya beberapa hal seperti inovasi produk dan E-commerce.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima masukan dan saran yang berguna, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Wanawir Am, M.M., M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Bapak Sapto Yuwono, S.Pd., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Ibu Dewi Maryam Widiniarsih, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Bapak Drs. M. Ali Khan., S.E., M.M., selaku dosen pembimbing utama yang telah sabar memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nasyi'atun Inayati Utami., S.E. M.M., selaku dosen pembimbing Kedua yang telah sabar memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun bentuknya. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan penulisan di masa datang.

Semoga semua amal baik Bapak, Ibu dan Saudara dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang setimpal. Penulis berharap mudah-mudahan proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Pringsewu, 24 Maret 2021
Penyusun,

IKAH PITRIYANI
NPM 17010115

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ABSTRAK	iii
HALAMAN ABSTRAK.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Keputusan Pembelian.....	7
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
3. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	11
4. Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	14
5. Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	15
B. Inovasi Produk.....	16
1. Pengertian Inovasi Produk	16
2. Karakteristik Inovasi Produk.....	17
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk	19

4. Tujuan Inovasi Produk	20
5. Tipe Inovasi Produk	20
6. Indikator Inovasi Produk	21
C. E-commerce (Electronic Commerce).....	22
1. Pengertian E-commerce	22
2. Peluang dan Kelemahan dari Penggunaan E-commerce	23
3. Jenis-jenis E-commerce	24
4. Tipe Aplikasi E-commerce.....	25
5. Peran E-commerce	26
6. Indikator E-commerce.....	28
D. Kerangka Pikir	29
E. Hipotesis.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	32
B. Definisi Operasional Variabel	32
C. Metode Pengumpulan Data	33
D. Instrumen Penelitian.....	35
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	39
F. Metode Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian	48
B. Pengumpulan Data dan Penyajian Data	51
C. Analisis Data	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1.	Penjualan UMKM Hotang Banyumas Tahun 2019-2020	3
2.	Bobot Penilaian Jumlah Kuesioner	36
3.	Kisi-kisi Intrumen Penelitian	36
4.	Bobot Penilaian Jumlah Kuesioner	37
5.	Interprestasi Korelasi.....	47
6.	Hasil Validitas Variabel Inovasi Produk (XI)	51
7.	Hasil Validitas Variabel E-Commerce (X2)	51
8.	Hasil Validitas Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian (Y).....	52
9.	Uji Reliabilitas Inovasi Produk, E-Commerce, Keputusan Pembelian	53
10.	Tanggapan Inovasi Produk.....	54
11.	Tanggapan Deskriptif E-Commerce.....	55
12.	Tanggapan Deskriptif Keputusan Pembelian	55
13.	Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
14.	Hasil Uji t	58
15.	Hasil Uji F	58
16.	Koefisien Determinasi Inovasi Produk, E-Commerce, Keputusan Pembelian	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahap-tahap pengambilan keputusan.....	11
2. Kerangka Pikir Penelitian	30
3. Struktur Organisasi Hotang.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Keputusan Pembimbing.....	68
2. Surat Izin Penelitian	70
3. Catatan Konsultasi Pembimbing Pertama	71
4. Catatan Konsultasi Pembimbing Kedua.....	73
5. Kuesioner Penelitian	76
6. Uji coba Inovasi Produk.....	84
7. Uji coba E-commerce.....	85
8. Uji Coba Keputusan Pembelian	86
9. Daftar Nama Responden Try Out.....	87
10. Daftar Nama Responden	88
11. Kisi-kisi Wawancara	89
12. Uji Validitas Tryout Inovasi Produk	91
13. Uji Validitas Try out E-Commerce	92
14. Uji Validitas Tryout Pengambilan Keputusan Pembelian.....	94
15. Uji Validitas Penelitian Variabel Inovasi Produk	104
16. Uji Validitas Penelitian Variabel E-commerce	105
17. Uji Validitas Penelitian Variabel Keputusan Pembelian.....	107
18. Rekapitulasi Keuangan Hotang Tahun 2019.....	109
19. Rekapitulasi Keuangan Hotang Tahun 2020.....	110