



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK PENGHARUM  
RUANGAN DENIS**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pasca Sarjana Program Magister Manajemen**

**Oleh  
LIGAWATI**

**NIM : 55107110102**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
TAHUN 2011**

## **PENGESAHAN**

Judul : **Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Pengharum Ruangan Denis**  
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis  
Nama : Ligawati  
NIM : 55107110102  
Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen  
Tanggal : 25 Februari 2011

**Mengesahkan :**

**Direktur Pascasarjana**

**Prof.Dr. Didik J. Rachbini**

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

**Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip , MS.**

**Pembimbing Utama**

**Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc.**

## **PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam penelitian ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Jakarta, Februari 2011

Ligawati  
**NIM. 55107110102**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang besar, sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini dengan judul “**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK PENGHARUM RUANGAN DENIS**” yang merupakan salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga bias menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya.
2. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dorongan moril dan materiil dalam rangka penyusunan tesis ini.
3. Suami tercinta Muhammad Sidik, SE. yang telah memberikan dukungan moril maupun materil dalam penyusunan tesis ini.
4. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana
5. Bapak prof. Dr. Ir. Ngadino Surip. Ms. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
6. Bapak Alugoro Mulyowahyudi, DR., MSc selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktunya kepada penulis dalam membimbing penulisan tesis ini.
7. Bapak Endi Rekarti, SE., ME selaku Dosen Manajemen yang telah banyak memberikan masukan dalam penyusunan tesis.
8. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, MBA, Phd selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dalam penyusunan tesis.
9. Ibu Rina E. SE, ME selaku sekretaris jurusan Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
10. Bapak Hartono Daratan selaku Direktur PT. Agung Lestari yang telah memberikan ijin, waktu, dan data yang dibutuhkan dalam penelitian perusahaan.
11. Rekan-rekan mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

12. Dosen-dosen Program Pasca Sarjana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya yang sangat berharga selama perkuliahan berlangsung.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan, pemikiran, dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tentunya ada kekurangan baik dalam isi maupun proses penyajiannya, namun penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan tesis ini.

Harapan akhir penulis, semoga tesis ini dapat berguna baik bagi yang membacanya maupun pihak-pihak yang memerlukannya.

Tangerang, Januari 2011

Penulis

## **DAFTAR ISI**

Halaman

JUDUL .....	
ABSRACT.....	i
ABSTRAK .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
--------------------------------	----------

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	6

<b>BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN .....</b>	<b>8</b>
--	----------

2.1 Sejarah Perusahaan .....	8
2.2 Struktur Organisasi .....	9
2.3 Tinjauan Operasional Perusahaan .....	12
2.3.1 Aktivitas Perusahaan .....	12
2.3.2 Pembangunan Sumber Daya Manusia.....	14
2.3.3 Tata Kelola Perusahaan .....	17
2.3.4 Tantangan Bisnis .....	23
2.5 Kondisi Pesaing Bisnis .....	24
2.5.1 Analisa Kondisi Pesaing Bisnis .....	24
2.5.2 Proses Bisnis.....	25

<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>26</b>
------------------------------------	-----------

3.1 Produk.....	26
-----------------	----

3.1.1 Level Produk .....	26
3.1.2 Klasifikasi Produk .....	29
3.1.3 Atribut produk .....	30
3.1.4 Inovasi Produk.....	33
3..1.5 Arti dan Tujuan Inovasi Produk .....	34
<b>3.2 Harga .....</b>	<b>36</b>
3.2.1 Definis Harga.....	36
3.2.2 Peranan Harga.....	36
3.2.3 Strategi Penetapan Harga .....	37
3.2.4 Strategi Penyesuaian Harga.....	40
<b>3.3 Perilaku Konsumen .....</b>	<b>42</b>
3.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	42
3.4.2 Model Perilaku Konsumen .....	43
<b>3.4 Minat Beli .....</b>	<b>45</b>
<b>3.5 Pengaruh Antar Variabel .....</b>	<b>48</b>
3.6.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli.....	48
3.6.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli .....	48
3.6.3 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	49
<b>3.6 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>50</b>
<b>37. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>51</b>
<b>38. Hipotesis .....</b>	<b>53</b>

#### **BAB IV OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN..... 54**

<b>4.1 Objek Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>4.2 Metodologi Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>4.3 Populasi dan Sample.....</b>	<b>56</b>
4.3.1 Populasi .....	56
4.3.2 Sampel .....	57
4.3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel .....	58
<b>4.4 Variabel Penelitian .....</b>	<b>59</b>
4.4.1 Variabel Bebas.....	59
4.4.2 Variabel Terkait.....	59
<b>4.5 Definisi Operasional .....</b>	<b>62</b>

4.6 Teknik Pengkuran Sampel.....	63
4.6.1 Sumber Data .....	64
4.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	64
4.6.3 Metode Analisis Data .....	65
4.6.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
4.6.5 Analisi Deskriptif .....	69
4.6.6 Analisis Kuantitatif.....	69
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
5.1 Karakter Responden .....	75
5.1.1 Karakteristik Berdasarkan Beberapa Kategori .....	75
5.2 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kuisioner .....	77
5.2.1 Tanggapan responden terhadap Inovasi Produk.....	77
5.2.2 Tanggapan responden terhadap Harga .....	79
5.2.3 Tanggapan responden terhadap Minat Beli .....	81
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
5.3.1 Tanggapan responden terhadap Minat Beli .....	81
5.3.1 Tanggapan responden terhadap Minat Beli .....	81
5.4 Pengujian Hipotesis .....	83
5.4.1 Hipotesis Pertama .....	86
5.4.1.1 Uji Heteroskedastisitas .....	86
5.4.1.2 Uji Regresi Linear .....	87
5.4.1.3 Uji F.....	89
5.4.2 Hipotesis Kedua.....	90
5.4.2.1 Uji Heteroskedastisitas .....	90
5.4.2.2 Uji Regresi Linear .....	91
5.4.2.3 Uji F.....	93
5.4.3 Hipotesis Ketiga .....	94
5.4.3.1 Uji Regresi Linear .....	94
5.4.3.3 Uji F.....	96
5.5 Pembahasan .....	97
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
6.1 Kesimpulan.....	101

6.2 Saran .....	102
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>xi</b>
<b>Biodata Penulis .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Lampiran-lampiran</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Halaman

Table 2.1 Struktur Organisasi PT. Agung Lestari

Sumber : PT. Agung Lestari .....	10
Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan beberapa kategori.....	75
Tabel 5.2 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk .....	77
Tabel 5.3 Tanggapan Responden Terhadap variabel harga.....	79
Tabel 5.4 Tanggapan Responden terhadap Minat Beli.....	81
Tabel 5.5 Nilai Koefisien regresi Inovasi Produk.....	85
Tabel 5.6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Inovasi Produk .....	85
Tabel 5.7 Tabel Analisis varian (Anova) Inovasi Produk .....	86
Tabel 5.8 Nilai Koefisien regresi Harga .....	88
Tabel 5.9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Harga.....	89
Tabel 5.10 Tabel Analisis varian (Anova) Harga .....	90
Tabel 5.11 Nilai Koefisien regresi ganda.....	91
Tabel 5.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	92
Tabel 5.7 Tabel Analisis varian (Anova).....	93

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 3.1 5 Level Produk.....	27
--------------------------------	----

Gambar 3.2 Perilaku Konsumen menurut Kotler .....	44
Gambar 3.3 Perilaku Konsumen.....	45
Gambar 3.4 Kerangka Berpikir .....	53
Gambar 41.1 Rumus Korelasi Product Moment .....	67
Gambar 5.1 Uji Heteroskedasitisas Inovasi Produk.....	83
Gambar 5.2 Uji Heteroskedasitisas Harga .....	87