

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, PROMOSI
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK
TEH CELUP SARIWANGI**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Alfianita Agustiani
NIM 43118110074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, PROMOSI
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK
TEH CELUP SARIWANGI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Alfianita Agustiani

NIM 43118110074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfianita Agustiani

NIM 43118110074

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 Maret 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Alfianita Agustiani

43118110074

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alfianita Agustiani
NIM : 43118110074
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK, PROMOSI,
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK TEH CELUP
SARIWANGI
Tanggal Sidang : 8 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 07232561



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Teh Celup Sariwangi**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
- 2) Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
- 3) Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

- 4) Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
- 5) Kepada Bapak dan Ibu, kedua orang tua penulis yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya selalu kepada penulis.
- 6) Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana Angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 6 Maret 2023



Alfianita Agustiani

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	18
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	18
1. Manajemen Pemasaran.....	18
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	19
2. Perilaku Konsumen	20
a. Pengertian Perilaku Konsumen	20
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	21
3. Minat Beli.....	25
a. Pengertian Minat Beli	25
b. Tujuan Dari Minat Beli.....	26
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	26
d. Dimensi dan Indikator Minat Beli	27

4. Inovasi Produk.....	28
a. Pengertian Inovasi Produk.....	28
b. Tujuan Inovasi Produk.....	28
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk.....	29
d. Dimensi dan Indikator Inovasi Produk.....	29
5. Citra Merek.....	30
a. Pengertian Citra Merek.....	30
b. Tujuan Citra Merek.....	31
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	32
d. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	32
6. Promosi.....	33
a. Pengertian Promosi.....	33
b. Tujuan Promosi.....	34
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	35
d. Dimensi dan Indikator Promosi.....	36
7. Harga.....	36
a. Pengertian Harga.....	36
b. Tujuan Harga.....	37
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	37
d. Dimensi dan Indikator Harga.....	37
8. Penelitian Terdahulu.....	38
B. Pengembangan Hipotesis.....	42
C. Rerangka Konseptual.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
B. Desain Penelitian.....	48
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	48
1. Definisi Variabel.....	48
2. Operasionalisasi Variabel.....	50
D. Skala Pengukuran Variabel.....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel.....	53

F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Metode Analisis Data	56
1. Analisis Deskriptif	56
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>)	56
3. Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Perusahaan	63
B. Analisis Deskriptif.....	64
1. Karakteristik Responden.....	64
2. Deskriptif Jawaban Responden	67
C. Hasil Uji Kualitas Data	73
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	73
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
A. Simpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Produksi Teh Menurut Provinsi di Indonesia 2018-2022.....	3
1.2	Merek Teh Celup yang Populer di Indonesia	5
1.3	<i>Top Brand Index</i> Teh Celup 2022	7
1.4	Daftar Nama Perusahaan Teh Celup di Indonesia.....	8
1.5	Peringkat <i>Brand Share</i> dan Merek Dagang Teh Celup di Indonesia	9
1.6	Hasil Pra Survey.....	13
2.1	Penelitian Terdahulu	38
3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	50
3.2	Skala Likert	52
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif	58
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	59
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	65
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	66
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	66
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Per Bulan.....	67
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	68
	Produk Inovasi	
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	69
	Citra Merek	
4.9	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	70
	Promosi	
4.10	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	71
	Harga	
4.11	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	72
	Minat Beli	
4.12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	73

4.13	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	75
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>).....	77
4.15	Hasil Pengujian AVE.....	79
4.16	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>).....	79
4.17	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>) ...	80
4.18	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	80
4.19	Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Inner VIF Model</i>).....	81
4.20	Nilai R^2 Variabel Endogen	82
4.21	Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	83
4.22	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>).....	83
4.23	Hasil Pengujian Hipotesis	84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Proyeksi Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Teh Dunia s/d 2025 ...	2
1.2.	Proyeksi Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Teh Indonesia Teh Indonesia s/d 2025	2
1.3.	Perubahan Teh Celup dari Masa Ke Masa.....	4
1.4.	Varian Rasa Produk Teh Celup Sariwangi	11
2.1.	Rerangka Konseptual.....	46
4.1.	Hasil Algoritma PLS	74
4.2.	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	76
4.3.	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	96
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	100
3	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i>	129
4	Hasil Olah Data PLS.....	148

