



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KANTIN SEKOLAH *HIGH  
SCOPE* INDONESIA JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Puji Umriyah

1302015141

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2018



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KANTIN SEKOLAH *HIGH*  
*SCOPE* INDONESIA JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Puji Umriyah

1302015141

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2018

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KANTIN SEKOLAH *HIGH SCOPE* INDONESIA JAKARTA SELATAN”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengetahuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 29 Januari 2018

Yang Menyatakan,



(Puji Umriyah)

NIM. 1302015141

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**JUDUL** : **PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KANTIN SEKOLAH HIGH SCOPE INDONESIA**

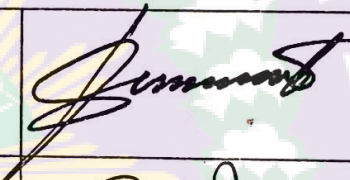
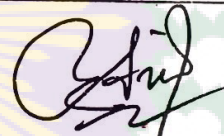
**NAMA** : **PUJI UMRIYAH**

**NIM** : **1302015141**

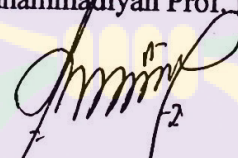
**PROGRAM STUDI** : **MANAJEMEN**

**TAHUN AKADEMIK** : **2018**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi.

|               |                       |  |
|---------------|-----------------------|--|
| Pembimbing I  | Dr. Sunarta, SE., MM  |   |
| Pembimbing II | Edi Setiawan, SE., MM |  |

**Mengetahui,**  
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

### PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KANTIN SEKOLAH *HIGH SCOPE* INDONESIA JAKARTA SELATAN

Yang disusun oleh :

Puji Umriyah  
1302015141

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata –satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada Tanggal : ..24...februari...2018..

**Tim Penguji :**

Ketua, merangkap anggota

(Dr., Sunarta, SE., MM)

Sekretaris, merangkap anggota

(Dr., Nendi Juhandi, SE., MM)

Anggota

(Aditya Ari Wibowo, SE., MM)

**Mengetahui**

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Faizal Ridwan Zamzany SE., MM

Nuryadi Wijiharjono, SE., MM

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Puji Umriyah  
NIM : 1302015141  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KANTIN SEKOLAH *HIGH SCOPE* INDONESIA JAKARTA SELATAN”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta  
Pada Tanggal 29 Januari 2018  
Yang Menyatakan



(Puji Umriyah)

## RINGKASAN

**Puji Umriyah (1302015141)**

### **PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANN DI KANTIN SEKOLAH *HIGH SCOPE* INDONESIA JAKARTA SELATAN.**

*Skripsi Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 107. Jakarta.*

Kata Kunci : Inovasi Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di kantin sekolah *High Scope* Indonesia. Terdapat tiga variabel yang diteliti pada penelitian ini, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel yang diteliti adalah Inovasi Produk dan Harga yaitu variabel bebas serta Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. Penelitian ini penulis menggunakan metode survey, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peninjauan secara langsung pada Konsumen di kantin sekolah *High Scope* Indonesia Jakarta Selatan, dengan melalui kuesioner. Tempat penelitian yang di ambil penulis adalah di kantin sekolah internasional di Jakarta Selatan yaitu sekolah *High Scope* Indonesia. Adapun waktu penelitian selama satu bulan. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, dengan cara meninjau langsung kantin yang menjadi objek penelitian dan teknik yang digunakan adalah observasi, dan kuesioner. Teknik Pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, koefisien korelasi ( $r$ ), dan Determinasi ( $R^2$ ). Pengolahan data menggunakan software pengolahan data dan statistik yaitu IBM SPSS Statistic. Berdasarkan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa  $y = 22,642 + 0,557 X_1 + 0,019 X_2$ . Hasil Uji  $f$  menunjukkan tingkat signifikansi ( $\text{sig}$ ) adalah  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  yaitu  $21,089 > 3,07$ , dengan demikian menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikansi Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan  $R$  Square sebesar 0,233 atau sebesar 23,3 %.

## ABSTRACT

**Puji Umriyah (1302015161)**

### **THE EFFECTS OF PRODUCT INNOVATION AND PRICE OF BUYING DECISION IN CANTEENHIGH SCOPE INDONESIA SCHOOL JAKARTA SOUTH.**

*Thesis Program Strata One Management Studies Program. Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 107. Jakarta.*

Keywords: Product Innovation, Price, Buying Decision

This study aims to determine how the relationship between Product Innovation and Price of Buying Decision in canteen High Scope Indonesia School. There are three variables studied in this research, that is two independent variable and one dependent variable. The variables studied are Product Innovation and Price of Buying Decision as dependent variable. This research uses survey method, which is data collection which is done by direct observation on Customer canteen High Scope Indonesia School, South Jakarta, through questionnaire. The research place that the writer took was at a International School in South Jakarta. The study time for one month. Technique Data collecting used in this research that is primary data, by way of direct review Canteen become object of research and technique used is observation, questioner, and interview. The data processing technique used is validity test, reliability, multiple linear regression analysis, classic assumption test, hypothesis test, coefficient correlation ( $r$ ), and determination ( $R^2$ ). Data processing using data processing software and statistics that is IBM SPSS Statistic. Based on multiple regression analysis show that  $\hat{Y} = 22,642 + 0,557 X_1 + 0,019 X_2$ . The result of t test shows the level of significance ( $\text{sig}$ ) is  $0,000 < 0,05$ , then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted with  $f_{\text{count}} > f_{\text{table}}$  is  $21,089 > 3,07$ , thus states that there is influence of significance of Product Innovation and Price of Buying Decision. The result of coefficient of determination in this research shows  $R^2$  equal to 0,233 or equal to 23,3%.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahir rahmanir Rahim*

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT. atas selesainya skripsi ini, solawat dan salam semoga tetap dilimpahkannya kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga, para sahabat, para tabi'in dan penerus agama Islam sampai akhir zaman.

Keberhasilan yang diperoleh manusia, semata-mata adalah atas pertolongan, bantuan serta hidayah dari Allah SWT Yang Maha Sempurna. Kekurangan dan kelemahan manusia adalah bagian dari sifat yang menjadi kodratnya. Dalam menyelesaikan skripsi dan penulisan skripsi ini, betapa besar hambatan dan halangan serta kesulitan yang penulis hadapi, namun bisa selesai juga.

Oleh karena itu sudah sepatutnyalah pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Suyatno, M.Pd, Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA,
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M, Dosen Pembimbing I dalam penulisan skripsi.

6. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
7. Kedua Orang Tua dan Keluarga yang senantiasa mendoakan penulis dan memberikan dorongan moril maupun materil serta memberikan pengertian terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Ibu Mega, selaku Manager di kantin sekolah High Scope Indonesia.
9. Seluruh Teman Mahasiswa FEB, khususnya teman mahasiswa FEB kelas karyawan Limau angkatan 2013
10. Siti Mujrona, Susilo, dan Jenis Oktavia yang senantiasa memberikan dorongan yang membuat saya menjadi semangat dalam mengerjakan skripsi.

Kebaikan dan jasa-jasa mereka itu tidak dapat dibalas kecuali dengan menyerahkannya kepada Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. Amin ya rabbal alamin.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Jakarta, 29 Januari 2018

Penulis

  
Puji Umriyah

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....  | <b>ii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....  | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....   | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH<br/>UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> ..... | <b>v</b>    |
| <b>RINGKASAN</b> .....  | <b>vi</b>   |
| <br>  |             |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | <b>xvii</b> |
| <br>  |             |
| <b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1           |
| 1.2 Permasalahan .....  | 2           |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....  | 2           |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah .....  | 3           |
| 1.2.3 Perumusan Masalah .....   | 4           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 4           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 4           |
| <br>  |             |
| <b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b> .....  | <b>6</b>    |
| 2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu .....   | 6           |
| 2.2 Telaah Pustaka .....  | 11          |
| 2.2.1 Manajemen .....   | 11          |
| 2.2.2 Pemasaran .....   | 12          |
| 2.2.3 Produk .....  | 16          |
| 2.2.4 Inovasi .....   | 17          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.2.5 Inovasi Produk .....                         | 19        |
| 2.2.6 Harga .....                                  | 21        |
| 2.2.7 Keputusan Pembelian.....                     | 24        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....              | 30        |
| 2.4 Rumusan Hipotesis .....                        | 32        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>         | <b>35</b> |
| 3.1 Metode Penelitian .....                        | 35        |
| 3.2 Operasional Variabel .....                     | 35        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                      | 38        |
| 3.3.1 Populasi .....                               | 38        |
| 3.3.2 Sampel .....                                 | 38        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                  | 39        |
| 3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....            | 39        |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....                 | 40        |
| 3.5 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data ..... | 41        |
| 3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....                 | 41        |
| 3.5.2 Uji Kualitas Data .....                      | 41        |
| 3.5.2.1 Uji Validitas .....                        | 41        |
| 3.5.2.2 Uji Realibilitas .....                     | 42        |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....                       | 42        |
| 3.5.3.1 Uji Multikolinieritas .....                | 42        |
| 3.5.3.2 Uji Autokorelasi.....                      | 43        |
| 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....               | 44        |
| 3.5.3.4 Uji Normalitas .....                       | 45        |
| 3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....       | 45        |
| 3.5.5 Analisis Koefisien Korelasi ( $r$ ).....     | 46        |
| 3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R$ ).....  | 48        |
| 3.5.7 Uji Hipotesis .....                          | 49        |
| 3.5.7.1 Uji Statistik $t$ (Uji Parsial) .....      | 50        |
| 3.5.7.2 Uji Statistik $f$ (Uji Simultan) .....     | 51        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>                     | <b>52</b> |

|              |   |           |
|--------------|---|-----------|
| 4.1          | Gambaran Umum Perusahaan .....                        | 52        |
| 4.1.1        | Lokasi Penelitian .....                               | 52        |
| 4.1.2        | Profil Sekolah High Scope Indonesia .....             | 52        |
| 4.1.3        | Visi dan Misi Sekolah High Scope Indonesia .....      | 53        |
| 4.1.4        | Struktur Organisasi .....                             | 53        |
| 4.1.4        | Produk Kantin Sekolah High Scope Indonesia .....      | 54        |
| 4.2          | Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....            | 55        |
| 4.2.1        | Identitas Responden .....                             | 55        |
| 4.2.2        | Analisis Per Variabel .....                           | 58        |
| 4.2.2.1      | Inovasi Produk ( $X_1$ ) .....                        | 58        |
| 4.2.2.2      | Harga ( $X_2$ ) .....                                 | 65        |
| 4.2.2.3      | Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....                     | 70        |
| 4.2.3        | Uji Kualitas Data .....                               | 78        |
| 4.2.3.1      | Uji Validitas .....                                   | 78        |
| 4.2.3.2      | Uji Realibilitas .....                                | 80        |
| 4.2.4        | Uji Asumsi Klasik .....                               | 81        |
| 4.2.4.1      | Uji Multikolinearitas .....                           | 81        |
| 4.2.4.2      | Uji Autokorelasi .....                                | 82        |
| 4.2.4.3      | Uji Heteroskedastisitas .....                         | 83        |
| 4.2.4.4      | Uji Normalitas .....                                  | 83        |
| 4.2.5        | Analisis Regresi Linier Berganda .....                | 84        |
| 4.2.6        | Analisis Koefisien Korelasi ( $r$ ) .....             | 86        |
| 4.2.7        | Analisis Koefisien Korelasi Determinasi ( $R$ ) ..... | 87        |
| 4.2.8        | Uji Hipotesis .....                                   | 88        |
| 4.2.6.1      | Uji Statistik $t$ (Uji Parsial) .....                 | 89        |
| 4.2.6.2      | Uji Statistik $f$ (Uji Simultan) .....                | 90        |
| <b>BAB V</b> | <b>KESIMPULAN</b> .....                               | <b>93</b> |
| 5.1          | Kesimpulan .....                                      | 93        |
| 5.2          | Saran .....   | 94        |
|              | <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                           | <b>96</b> |

## DAFTAR TABEL

| TABEL | JUDUL TABEL   | HALAMAN |
|-------|---|---------|
| 1     | Ringkasan Penelitian Terdahulu .....  | 8       |
| 2     | Operasional Variabel .....  | 36      |
| 3     | Skala <i>Likert</i> .....   | 41      |
| 4     | Durbin Watson .....   | 43      |
| 5     | Koefisien Korelasi .....  | 48      |
| 6     | Menu Makanan dan Minuman .....  | 54      |
| 7     | Data Identitas Responden .....  | 56      |
| 8     | Produk Baru yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i><br>Indonesia Sangat Menarik .....                          | 58      |
| 9     | Menu Baru yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i><br>Indonesia Memiliki Cita Rasa yang Bervariasi .....        | 58      |
| 10    | Perubahan Produk yang dilakukan Kantin Sekolah <i>High Scope</i><br>Indonesia Lebih Menarik .....                       | 59      |
| 11    | Perbaikan Produk yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i><br>Indonesia Memiliki Cita Rasa yang Bervariasi ..... | 60      |
| 12    | Peniruan Produk yang disajikan Kantin Sekolah <i>High Scope</i><br>Indonesia Lebih Menarik .....                        | 61      |
| 13    | Pengolahan Produk yang Sudah Ada di Kantin Sekolah <i>High</i><br><i>Scope</i> Indonesia Sesuai Selera Konsumen .....   | 61      |
| 14    | Pengambilan Ide yang Sesuai dengan Selera Konsumen di .<br>Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia .....             | 62      |
| 15    | Pengaplikasian Ide yang Sesuai dengan Harapan Konsumen di<br>Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia .....           | 63      |
| 16    | Indikator Inovasi Produk ( $X_1$ ) .....  | 64      |
| 17    | Harga yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia<br>Terjangkau .....                                    | 65      |
| 18    | Harga yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia  |         |

|    |  |    |
|----|--|----|
|    | Sesuai dengan Produk yang ditawarkan .....   | 65 |
| 19 | Harga yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia<br>Sesuai dengan Kualitas Produk yang ditawarkan .....        | 66 |
| 20 | Harga yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia<br>Sebanding dengan Kualitas Produk .....                     | 67 |
| 21 | Harga yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia<br>Lebih Menarik dari Pesaing .....                           | 68 |
| 22 | Harga yang ditawarkan Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia<br>Lebih Terjangkau .....                                     | 68 |
| 23 | Indikator Harga ( $X_2$ ) .....  | 69 |
| 24 | Mempunyai Tujuan Untuk Membeli Produk di Kantin Sekolah<br><i>High Scope</i> Indonesia .....                                   | 70 |
| 25 | Memiliki Keinginan Membeli Produk di Kantin Sekolah<br><i>High Scope</i> Indonesia .....                                       | 71 |
| 26 | Selalu Mencari Informasi Produk yang dijual di Kantin Sekolah<br><i>High Scope</i> Indonesia Sebelum Menentukan Pembelian..... | 71 |
| 27 | Selalu Mencari Informasi Produk Baru yang dijual di Kantin<br>Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia .....                        | 72 |
| 28 | Mengolah Masukan Ide dari Konsumen untuk Melakukan<br>Perbaikan Produk di Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia .....     | 73 |
| 29 | Memilih untuk Mengeluarkan Produk yang direkomendasikan<br>Konsumen di Kantin Sekolah <i>High Scope</i> Indonesia .....        | 73 |
| 30 | Saya yakin untuk Membeli Produk di Kantin Sekolah <i>High</i><br><i>Scope</i> Indonesia .....                                  | 74 |
| 31 | Selalu Memprioritaskan Membeli Produk di Kantin Sekolah<br><i>High Scope</i> Indonesia .....                                   | 75 |
| 32 | Merasa Puas dan Senang Membeli Produk di Kantin Sekolah<br><i>High Scope</i> Indonesia .....                                   | 76 |
| 33 | Selalu Ingin Membeli Produk di Kantin Sekolah <i>High Scope</i><br>Indonesia .....   | 76 |
| 34 | Indikator Keputusan Pembelian (Y) .....  | 77 |

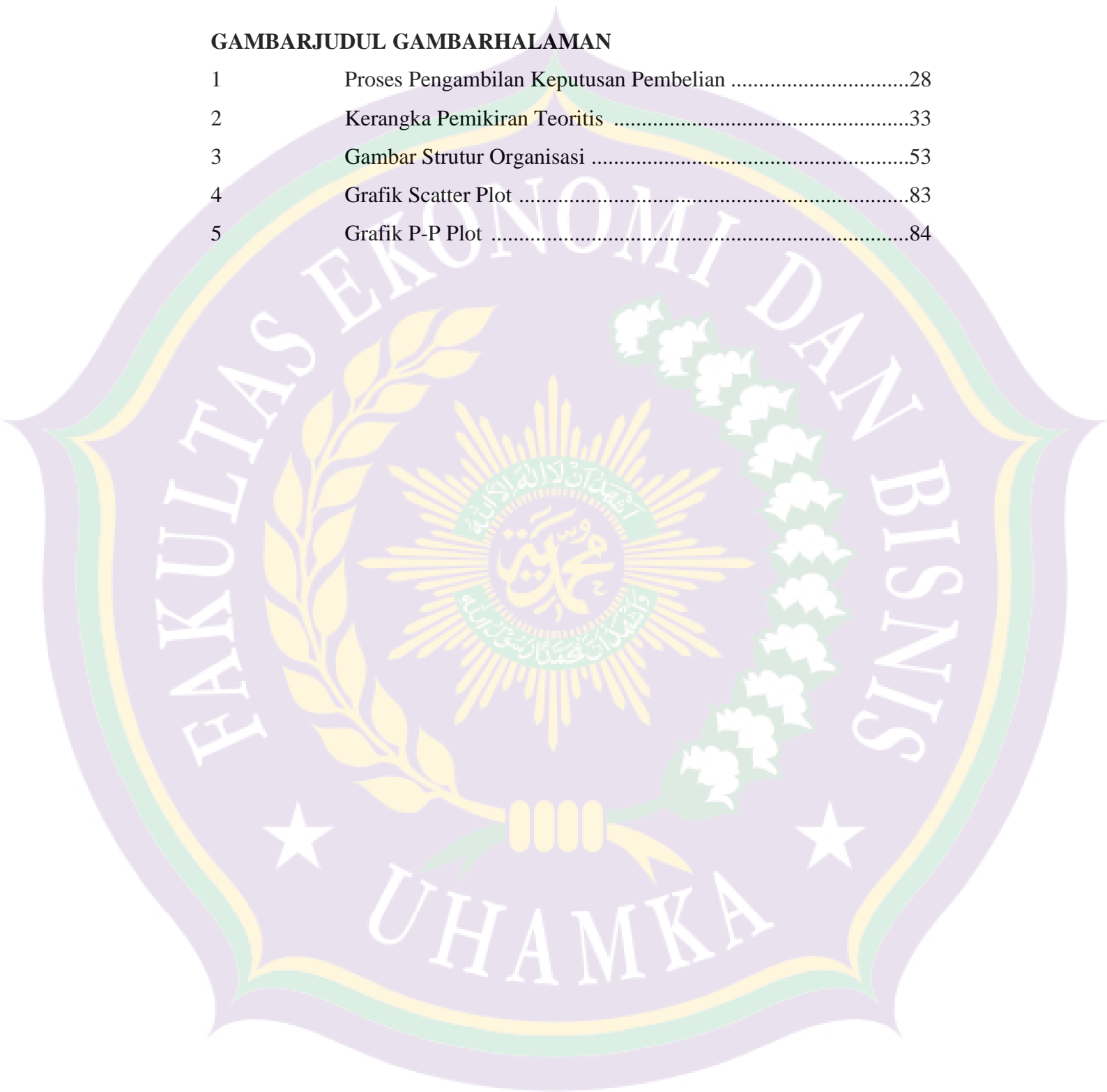
|    |  |    |
|----|--|----|
| 35 | Uji Validitas Variabel $X_1$ ( Inovasi Produk) .....   | 79 |
| 36 | Uji Validitas Variabel $X_2$ (Harga) .....             | 79 |
| 37 | Uji Validitas Variabel Y (Keputusan pembelian) .....   | 79 |
| 38 | Hasil Uji Reliabilitas .....                           | 80 |
| 39 | Hasil Multikolinieritas Variabel $X_1$ dan $X_2$ ..... | 81 |
| 40 | Hasil Autokorelasi .....                               | 82 |
| 41 | Hasil Regresi Linier Berganda .....                    | 85 |
| 42 | Hasil Uji Koefisien Korelasi (Inovasi Produk) .....    | 86 |
| 43 | Hasil Uji Koefisien Korelasi (Harga) .....             | 87 |
| 44 | Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                  | 88 |
| 45 | Hasil Uji t (Parsial) .....                            | 89 |
| 46 | Hasil Uji f (Simultan) .....                           | 90 |



## DAFTAR GAMBAR

### GAMBARJUDUL GAMBARHALAMAN

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | Proses Pengambilan Keputusan Pembelian ..... | 28 |
| 2 | Kerangka Pemikiran Teoritis .....            | 33 |
| 3 | Gambar Strudur Organisasi .....              | 53 |
| 4 | Grafik Scatter Plot .....                    | 83 |
| 5 | Grafik P-P Plot .....                        | 84 |



## DAFTAR LAMPIRAN

| LAMPIRAN | JUDUL GAMBAR                           | HALAMAN |
|----------|--|---------|
| 1        | Kuesioner .....                        | 1/28    |
| 2        | Data Kuesioner .....                   | 6/28    |
| 3        | Out SPSS Validitas .....               | 17/28   |
| 4        | Out SPSS Reliabilitas.....             | 21/28   |
| 5        | Tabel t .....                          | 22/28   |
| 6        | Tabel f .....                          | 23/28   |
| 7        | Daftar Riwayat Hidup.....              | 24/28   |
| 8        | Persetujuan Judul .....                | 25/28   |
| 9        | Surat Tugas .....                      | 26/28   |
| 10       | Catatan Konsultasi Pembimbing I .....  | 27/28   |
| 11       | Catatan Konsultasi Pembimbing II ..... | 28/28   |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi saat ini, kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis, dalam hal ini persaingan bisnis pada bidang kuliner. Fenomena persaingan di era globalisasi saat ini sangat kompetitif. Apalagi saat ini ada yang namanya aplikasi *Go food* dan *Grab food*, aplikasi tersebut memudahkan siapapun untuk memesan makanan dan memilih jenis makanan yang ada di aplikasi tersebut.

Kantin sekolah adalah ruangan dalam sekolah yang dapat digunakan pengunjungnya untuk makan, baik makanan yang dibawa sendiri maupun yang dibeli disana. Akhir- akhir ini para pedagang di kantin sekolah *High Scope* Indonesia mengeluh karena banyak siswa- siswi yang membeli makanan dari luar dengan menggunakan aplikasi, berbagai macam makanan dari luar sekolah semakin mudah dipesan hal ini membuat para siswa kurang berminat membeli makanan di kantin sekolah.

Maka dari itu untuk menanganai masalah ini agar kantin sekolah tetap eksis dan diminati konsumen, kantin sekolah harus melakukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan tercapai. Jika kantin sekolah ingin tetap eksis dalam persaingan, maka kantin sekolah harus memperhatikan produk yang sudah maupun yang akan dihasilkannya. Kantin sekolah harus mengadakan suatu

penelitian dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Inovasi produk dan harga sangat penting di dalam perkembangan kantin sekolah karena segmentasi pasar yang jelas dan konsumen yang tetap, maka pihak kantin harus selalu berusaha memunculkan jenis makanan dan minuman yang bermacam-macam agar para konsumen tidak merasa bosan untuk belanja di kantin sekolah.

Dengan adanya persaingan yang sangat ketat dalam industri kuliner, kantin sekolah harus menetapkan strategi yang tepat sehingga dapat mencapai hasil yang diharapkan. Usaha yang telah dilakukan kantin Sekolah *High Scope* Indonesia dalam menjual produknya adalah melalui inovasi produk. Inovasi Produk yang dilakukan yaitu membuat kombinasi menu makanan dan minuman. Selain inovasi produk langkah kantin sekolah dalam menetapkan strateginya yaitu dengan memberikan harga yang menarik konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Sekolah *High Scope* Indonesia”**.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, muncul berbagai masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
3. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
4. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
5. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
6. Bagaimana pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
7. Bagaimana pengaruh Go Food (ojek online) terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?
8. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Dalam hal ini, agar peneliti terfokus dan peneliti lebih mudah melaksanakan penelitian ini, maka penulis membatasi pada Inovasi Produk Menu Makanan, Harga dan Keputusan Pembelian di Kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Bertitik tolak belakang dari identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas maka perumusan masalah dalam hal ini adalah : “Apakah inovasi produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan ?.”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian di kantin Sekolah *High Scope* Indonesia, Jakarta Selatan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penerapan dari ilmu yang diperoleh peneliti selama perkuliahan, serta memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan informasi bagi pihak kantin Sekolah *High Scope* Indonesia untuk senantiasa melakukan inovasi produk dan mengatur harga menu makanan sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen.

## 3. Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai suatu hal berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang kewirausahaan dan diharapkan dapat berguna untuk penelitian lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Appley A, Lawrence. dan Lee, Oey Liang. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari, Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chairiza. (2012). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen*. Lampung: Universitas Lampung
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Deliyanti, Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- George R. Terry. (2012). *Asas-asas Manajemen*. Cetakan ke Tujuh. Bandung: PT.Alumni.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hery,S.E. (2017). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hubeis, Musa dkk. (2012). *Komunikasi Profesional*. Bogor: IPB Press.
- Irawan, Resa. (2016). *Pengaruh Inovasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi di Eaay Cafe Bandung*. Bandung: FEB UNIKOM.
- Jeff, Madura. (2012). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid I. Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Principle of Marketing Global*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilis I*. Jakarta: Erlangga.



- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Penada Media Group.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nirwana, SK, Sitepu. (2012). *Analisis Jalur Path Analysis: Unit Pelayanan Statistik*. Bandung: FMIPA UNPAD.
- Osterwalder, A dan Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pambudi, Rachmat. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jilid 1 Cetakan Pertama. Bogor: Idemedia Pustaka Utama.
- Rajput, A.A. Kalhoro, S.H. dan Wasir, R. (2012). Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior. Vol 4, No 4 August, h.585-496.
- Ratminto dan Winarsih. S. Atik, (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Robin, P.S dan Coulter, M. (2017). *Manajemen* . Edisi ke-10, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Safroni, Ladzi. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sifa, Rafena. (2016). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Venus Bakery*. Jakarta: FEB UIN.
- Sousa, F.C.,Pellisier, R; dan Monteiro, I.P. (2012). *Creativity, Innovation and Collaborative Organization. The International Journal of Organization Innovation* Vol 5 Num 1. P.26-59.
- Stanton, William J, (2012). *Prinsip Pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiarsono, Joko. (2017). *Inovative Companies: Perjalanan Perusahaan-perusahaan Indonesia Mencapai Sukses Berbekal Inovasi*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Swasembada Media Bisnis.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-dasarManajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.

- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Kilat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Susanto, Agus. (2013). *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmelati Demak*. Semarang: FE UNES.
- Sutarno. (2012). *Serba-serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sya'roni, D. A. W dan Janivita J. 2012 Sudirham. *Kreatifitas dan Inovasi Penentuan Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Teknologi Vol. 11 (1).
- Tamamudin. (2012). Analisis Pengenalan Merk, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Milik Tamina). Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol. 2 No.3 Desember 2001: 48-58.
- Tjiotono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia
- Uliana, Dina. (2012). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Starbucks VIA)*. Depok: FISIP UI.
- Wijayanti, Titik. (2017). *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Yunita, A, Sari. (2013). *Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore Banyuwangi*. Jember: FISIP UNEJ.