

**PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Toko RotiKu Atambua)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



OLEH

**YULIANTY FERIERNIS WATU
41180056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Toko RotiKu Atambua)**


Diajukan Oleh:

**Nama : YULIANTY FERIERNIS WATU
NPM : 41180056**

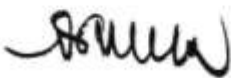
Telah Disetujui Oleh:

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke ujian Skripsi pada program studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Timor.


Pembimbing I


Sirilius Nafang, SE., MM
NIP. 19621231200305 1 001

Pembimbing II


Dominikus K. Duli, SE., MM
NIP. 19591027201305 1 001

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen**


Elfrida D. Naihati, SE., MM
NIP: 19880523 201504 2 002



HALAMAN PENGESAHAN


PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko RotiKu Atambua)

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang skripsi yang dilaksanakan pada:


Hari	: Jumat
Tanggal	: 02 September 2022
Jam	: 08.00-09.30
Tempat	: Ruang Dosen
Saudari Yulianty Feriernis Watu, NPM	: 41180056
Dinyatakan LULUS dengan Nilai	: A
Predikat Kelulusan	: Sangat Memuaskan

Tim Penguji


Penguji I


Imelda Thein, SE.,MM
NIP. 19790321 200501 2 001

Penguji II


Sirilius Nafanu, SE.,MM
NIP. 19621231 200305 1 001

Penguji III


Dominikus K. Duli, SE.,MM
NIP. 19591027201305 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Kamilaus Konstance Oki, SE.,ME
NIP. 19690925 200501 1 001

PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi dengan judul: “ **PENGARUH KEPERCAYAAN, INOVASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Rotiku Atambua)**”. Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diikuti dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila terdapat di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digunakan dan gelar akademik yang telah saya peroleh yaitu Sarjana Ekonomi (SE) di batalkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO.22 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, 02 September 2022



Yulianty Feriernis Watu

MOTTO

KASIH-MU TAK AKAN KU DIAMKAN

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria penyelenggaran hidup dan tumpuan harapan yang selalu mendengar semua curahan hati, penyertaan, kasih dan kemurahan-Nya.
2. Kedua orang tua tercinta: Bapak Eduardus Watu dan Mama Katarina Go'o (Alm) yang selalu memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang baik doa maupun materi.
3. Kakak Irwan Watu, Irma Watu dan Adik Noven Watu yang selalu mendukung penulis.
4. Adik Rosadalima Ito dan Maria Angela Bere yang selalu mendukung penulis.
5. Sahabat dekat saya : Abe Naimau, Jhela Infein, Reni Tetik, Ria Sene, Rosa Nae, Sita Bone, Anjulio, Tius Kase, Apris Bukifan, Hesky Pranata, Gilang Ndun, Rian Seran yang selalu mendukung penulis.
6. Semua teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2018.
7. Teman-teman Dewata Kost yang selalu mendukung penulis dengan caranya masing-masing.
8. Almamater tercinta Universitas Timor.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah, kemurahan, kasih dan kebaikan-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko RotiKu Atambua)”** dengan baik dan tepat pada waktunya, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan keterbatasan-keterbatasan yang dialami penulis dari segi waktu, tenaga dan biaya. Namun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar dapat menyelesaikan Skripsi ini agar dapat memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku, baik dari aspek materi maupun teknis penulisan.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, nasehat serta bimbingan dan jasa baiknya kepada:

1. Bapak Sirilius Nafanu, SE.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak Dominikus K. Duli, SE.,MM selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis saat menyusun Skripsi ini.
3. Bapak Dr. Kamilaus Konstance Oki, SE.,ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

4. Ibu Elfrida Desiderata Naihati, SE.,MM selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini dengan baik.
6. Untuk Toko Rotiku yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
7. Teman-Teman seperjuangan angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis.

Penyusun Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak guna penyempurnaan Skripsi ini.

Kefamenanu, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Minat Beli	13
2.2 Kepercayaan	16
2.3 Inovasi Produk	19
2.4 Strategi Pemasaran	22
2.5 Hubungan Teoritis Antar Variabel Dan Perumusan Hipotesis.....	27
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.7 Operasional Variabel Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.3 Data dan Variabel Penelitian	41

3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Instrumen Penelitian	44
3.6 Uji Asumsi Klasik	45
3.7 Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	55
4.2.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	56
4.2.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	57
4.3 Hasil Uji Instrument	58
4.3.1 Uji Validitas.....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1 Uji Normalitas	61
4.4.2 Uji Multikolinieritas	63
4.4.3 Uji Autokorelasi	64
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas	65
4.4.5 Uji Linearitas	66
4.5 Hasil Analisis Data	68
4.5.1 Analisis Deskriptif	68
4.5.2 Hasil Analisis Inverensial	75
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis-Jenis Roti Pada Toko RotiKu Atambua.....	4
Tabel 1.2 Inovasi Produk Toko RotiKu Atambua	5
Tabel 1.3 Jumlah Penghasilan Bruto Perbulan pada tahun 2021	8
Tabel 1.4 Jumlah Penghasilan Bruto Pertahun	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Variabel X1 terhadap Y.....	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Variabel X2 terhadap Y.....	31
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Variabel X3 terhadap Y.....	33
Tabel 2.4 Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut umur.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Validitas Data.....	59
Tabel 4.5 Reliabilitas Data.....	60
Tabel 4.6 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.9 Uji Linearitas Variabel X1 Terhadap Y.....	67
Tabel 4.10 Uji Linearitas Variabel X2 Terhadap Y.....	67
Tabel 4.11 Uji Linearitas Variabel Terhadap Y.....	68
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X1).....	69
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X2).....	71
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X3).....	72
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (Y)	74
Tabel 4.16 Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X1 Terhadap Y.....	76
Tabel 4.17 Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X2 Terhadap Y.....	79
Tabel 4.18 Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X3 Terhadap Y.....	81
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Grafik 4.2 Karakteristik Responden Menurut Umur.....	56
Grafik 4.3 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	57
Grafik 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X1)	69
Grafik 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X2)	71
Grafik 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X3)	72
Grafik 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (Y)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1 Diagram Uji Normalitas	62
Gambar 4.2 Scatterplot.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Output Spss

Lampiran 4 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 5 Surat Selesai Penelitian

ABSTRAK

YULIANTY FERIERNIS WATU41180056: Analisis Pengaruh Kepercayaan, Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Rotiku Atambua). Dibawah bimbingan Bapak Sirilius Nafanu, SE.,MM selaku pembimbing I dan Dominikus K. Duli, SE.,MM selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel Kepercayaan (X_1), Inovasi Produk (X_2) dan Strategi Pemasaran (X_3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) Pada Toko Rotiku Atambua. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada 85 orang responden.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 25,0 dengan hasil analisis sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan (X_1) terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,209 dan juga nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,999 > 1,662$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien korelasi sebesar 0,402 hubungannya cukup. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Inovasi Produk (X_2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,340 dan juga nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,791 > 1,662$) dengan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$; dan koefisien korelasi sebesar 0,593 hubungannya kuat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Pemasaran (X_3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,252 dan juga nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,152 > 1,682$) dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$; dan koefisien korelasi sebesar 0,427 hubungannya cukup. Variabel Kepercayaan (X_1) Inovasi Produk (X_2) dan Strategi Pemasaran (X_3) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($7,862 > 2,72$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien korelasi sebesar 0,575 hubungannya kuat.

Kata Kunci : *Kepercayaan (X_1), Inovasi Produk (X_2), Strategi Pemasaran (X_3) dan Minat Beli Konsumen (Y)*