

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *PRODUCT INNOVATION*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *TETRA COFFEE*
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun oleh:

**INKA LIANANDA
NPM. 2020510073**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Product Innovation* Terhadap Minat Beli Konsumen Tetra Coffee Palembang**

Nama : **Inka Liananda**

NPM : **2020510073**

Program Studi : **Manajemen**

Pembimbing I : **Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA**

Pembimbing II : **Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si**

Tanggal Ujian Skripsi : **2 Februari 2024**

Palembang, 5 Februari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

Pembimbing II,



Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

FAKULTAS EKONOMI
Dekan Fakultas Ekonomi



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : **Pengaruh *Word of Mouth* dan *Product Innovation* Terhadap Minat Beli Konsumen Tetra Coffee Palembang**
Nama : **Inka Liananda**
NPM : **2020510073**
Program Studi : **Manajemen**

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji :



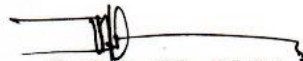
Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :



Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
NIDN. 0225058402

Penguji II :



Emilda, SE., M.BA., CFP
NIDN. 0217058902

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

FAKULTAS EKONOMI
Dekan Fakultas Ekonomi

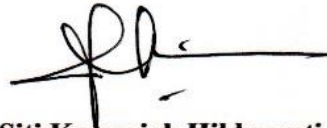


Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR REVISI

Nama : Inka Liananda
NPM : 2020510073
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* dan *Product Innovation*
Terhadap Minat Beli Konsumen Tetra Coffee
Palembang

Ketua Penguji :



**Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302**

Penguji I :



**Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
NIDN. 0225058402**

Penguji II :



**Emilda, SE., M.BA., CFP
NIDN. 0217058902**

**Palembang, 5 Februari 2024
Ketua Program Studi Manajemen**



**Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Inka Liananda
NPM : 2020510073
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 2 Februari 2024



Inka Liananda
NPM. 2020510073

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “ Pengaruh *Word of Mouth* dan *Product Innovation* Terhadap Minat Beli Konsumen Tetra *Coffee* Palembang”. Dalam penyusunan proposal skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., MM selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Pumamasari, SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA selaku Dosen Pembimbing I
5. Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Keluarga dan Sodara ku tercinta, serta Ayuk ku terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 2 Februari 2024

Penyusun,



Inka Liananda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan *product innovation* terhadap minat beli konsumen Tetra Coffee Palembang. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan formula Lemeshow diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini adalah *word of mouth* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) di Tetra Coffee Palembang. *Product innovation* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) di Tetra Coffee Palembang. *Word of mouth* (X_1) dan *product innovation* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) di Tetra Coffee Palembang.

Berdasarkan hasil dari variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap Y pada R_{Square} sebesar 0,870, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel *word of mouth* (X_1) dan *product innovation* (X_2) secara bersama-sama terhadap dan minat beli (Y) adalah sebesar 87%. Sisanya sebesar 13% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti.

Kata Kunci: *word of mouth*, *product innovation*, minat beli.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of word of mouth and product innovation on the buying interest of Tetra Coffee Palembang consumers. This research method is a descriptive method with a quantitative research approach. The sampling technique in this study uses the probability sampling method with a simple random sampling approach. Determination of the number of samples using the Lemeshow formula obtained the minimum number of samples needed in this study was 96 respondents. Data analysis using data quality tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis.

The result of this study is that word of mouth (X_1) has a positive and significant effect on consumer buying interest (Y) at Tetra Coffee Palembang. Product innovation (X_2) has a positive and significant effect on consumer buying interest (Y) at Tetra Coffee Palembang. Word of mouth (X_1) and product innovation (X_2) have a positive and significant effect on consumer buying interest (Y) at Tetra Coffee Palembang.

Based on the results of the variables X_1 and X_2 together there is a Y in $RSquare$ of 0.870, this means that the influence of the variables word of mouth (X_1) and product innovation (X_2) together on and buying interest (Y) is 87%. The remaining 13% was influenced by variables other than the variables studied.

Keywords: word of mouth, product innovation, buying interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR REVISI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Gambaran Umum Perusahaan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.2 Faktor <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	16
2.2 <i>Product Innovation</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Product Innovation</i>	17
2.2.2 Faktor <i>Product Innovation</i>	18
2.2.3 Indikator <i>Product Innovation</i>	18
2.3 Minat Beli.....	19
2.3.1 Pengertian Minat Beli	19
2.3.2 Faktor Minat Beli	20
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	21
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Kerangka Pemikiran.....	29
2.6 Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.4 Batasan Penelitian	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.7 Teknik Analisis	35
3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Karakteristik Responden	43
4.1.2 Uji Kualitas Data.....	48
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.1.4 Regresi Linear Berganda.....	55
4.1.5 Uji Hipotesis.....	56
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X_1) terhadap Minat Beli (Y).....	60
4.2.2 Pengaruh <i>Product Innovation</i> (X_2) terhadap Minat Beli (Y).....	61
4.2.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X_1) dan <i>Product Innovation</i> (X_2) terhadap Minat Beli (Y).....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	67
Daftar Pustaka	69
Lampiran	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Tetra Coffee</i> (2021 Sampai 2023).....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional	40
Tabel 3.2 <i>Rating Scale</i>	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Usia	45
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.4 Profesi	47
Tabel 4.5 Jumlah Kunjungan	48
Tabel 4.6 Distribusi Pernyataan Berdasarkan Indikator Tiap Variabel	48
Tabel 4.7 Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	49
Tabel 4.8 Variabel <i>Product Innovation</i> (X_2).....	50
Tabel 4.9 Variabel Minat Beli (Y)	51
Tabel 4.10 <i>Reliability Statistics</i>	52
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.13 Uji T	57
Tabel 4.14 Uji F (Anova)	58
Tabel 4.15 Uji Koefisien Korelasi	59
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tetra Coffe Palembang.....	7
Gambar 1.2 Struktur Organiasi Tetra Coffee Palembang	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	44
Gambar 4.2 Usia.....	45
Gambar 4.3 Pendidikan Terakhir	46
Gambar 4.4 Profesi.....	47
Gambar 4.5 Jumlah Kunjungan.....	48
Gambar 4.6 Uji Normalitas dengan P-Plot	53
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan (Dicap Fakultas pd TTD Kaprodi).....	73
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian dari Fakultas.....	74
Lampiran 3. Surat Balasan Izin Penelitian dari Perusahaan	75
Lampiran 4. Kuesioner.....	76
Lampiran 5. Dokumentasi.....	81
Lampiran 6. Hasil Analisis Data	84
Lampiran 7. Tabel r untuk $df = 1 - 100$).....	93
Lampiran 8. Titik Persentase Distribusi t ($df = 1 - 100$)	96
Lampiran 9. Distribusi F untuk Probabilita = 0,05	99