



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, LOKASI, INOVASI
PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM PAGUYUBAN PEDAGANG
BENDA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

IZZUL FADLI ANNAWAWI

41221095

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, LOKASI, INOVASI
PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM PAGUYUBAN PEDAGANG
BENDA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

IZZUL FADLI ANNAWAWI

41221095

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, LOKASI, INOVASI PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM PAGUYUBAN PEDAGANG BENDA)**

Oleh

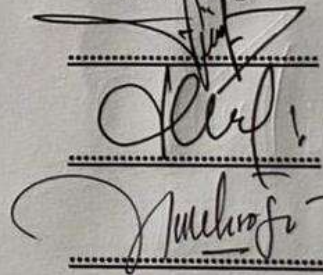
Nama : Izzul Fadli Annawawi
NIM : 41221095
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 04 bulan September 2025

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing
Sugeng Rianto, S.H., M.Si
NIDN. 0611056503
Dosen Penguji I
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIDN. 0622059001
Dosen Penguji II
Mukhroji, S.E., M.M.
NIDN. 0621058902

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan
Pada tanggal September

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Mukhroji, S.E., M.M.
NIPY. 16.02.120

Ketua
Program Studi S1 Manajemen

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Izzul Fadli Annawawi

NIM : 41221095

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini benar-benar asli hasil karya saya sepenuhnya dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Jika kemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 04 September 2025

Yang membuat pernyataan



Izzul Fadli Annawawi

NIM. 41221095

MOTO PERSEMBAHAN

“Semua Keberhasilan Yang Kita Dapat Tidak Luput Dari Doa Ibu dan Bapa”

“Pelajaran Terbaik Adalah Kegagalan dan Ilmu Terbaik Adalah Pengalaman”

“Jika Kita Tidak Mencoba Kita Tidak Akan Pernah Tau Apakah Kita Bisa atau Tidak, Maka Dari Itulah Lebih Baik Mencoba Terlebih Dahulu Daripada Tidak Sama Sekali”

“Bukan Tentang Seberapa Keras Kamu Jatuh, Tapi Tentang Seberapa Kuat Tekadmu Untuk Kembali Bangkit”

“Kita Yang Tau Kualitas Kita Sendiri Bukan Orang Lain, Jadi Percayalah Pada Diri Kita Sendiri”

(Izzul Fadli Annawawi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, Inovasi Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kelompok Umkm Paguyuban Pedagang Benda)”. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Proses penyusunan proposal ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, baik selama perkuliahan maupun dalam proses penulisan skripsi. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama proses tersebut. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang digunakan sebagai syarat untuk dapat meraih gelar sarjana. Sehubungan dengan itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Sugeng Rianto S.H., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar mengarahkan peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
6. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua saya yakni Bapak Nurokhis dan Ibu Masruroh. Terimakasih atas doa yang tiada henti, kasih sayang yang tak tergantikan, serta dukungan yang selalu menguatkan di

setiap langkah perjalanan saya. Kelulusan ini bukan hanya pencapaian saya, tetapi juga buah dari doa, kerja keras, dan pengorbanan dari Bapa dan Ibu. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari langkah berikutnya dalam membanggakan ayah dan ibu. Terimakasih karena selalu percaya pada saya, bahkan saat saya ragu pada diri saya sendiri. Saya persembahkan kelulusan ini untuk Ayah dan Ibu tercinta.

7. Terimakasih juga yang sebesar-besarnya untuk kaka-kakaku yakni Izzun Nafsi dan keluarga serta Izzatun Nafsiah dan keluarga yang telah mendukung dan mendoakan saya sampai di titik ini.
8. Terimakasih juga untuk teman seperjuangan saya saudara Keneyama Willy Rezqiansyah yang telah membantu saya dengan sabar dalam menyusun skripsi ini.
9. Terimakasih untuk teman-teman Gedung E dan teman-teman Manajemen A1 yang selalu membantu saya dari awal kuliah sampai saat ini.
10. Terimakasih kepada bapak M. Khusni Mubarak, ST. dan Nasrudin selaku pengurus UMKM PAPEDA yang sudah mau di repotkan oleh saya dalam menyusun penelitian skripsi ini.
11. Dengan rasa hormat penelitian skripsi ini saya persembahkan untuk UMKM Paguyuban Pedagang Benda (PAPEDA) saya berharap dengan adanya penelitian ini semoga dapat dijadikan evaluasi dalam mengembangkan penjualan
12. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam menyusun penelitian skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca .

Paguyangan, 8 Juni 2025

Penulis

Izzul Fadli Annawawi

NIM. 41221095

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan proses ketika konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Proses ini sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, cara promosi yang dilakukan, kemudahan lokasi, inovasi produk, serta cita rasa khususnya pada produk makanan dan minuman. Fenomena di lapangan khususnya pada UMKM Paguyuban Pedagang Benda (PAPEDA) yaitu adanya penurunan penjualan pada waktu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, lokasi, inovasi produk, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada konsumen UMKM Paguyuban Pedagang Benda (PAPEDA). Penelitian dilakukan di Desa Benda, kecamatan Sirampog, kabupaten Brebes. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 290 responden yang dipilih melalui *simple random sampling* dengan teknik analisis data *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui aplikasi *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, lokasi dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, tetapi promosi dan cita rasa tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, Inovasi Produk, Cita Rasa, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Purchasing decisions are a process in which consumers consider various factors before deciding to purchase a product. This process is heavily influenced by the quality of the product offered, promotional methods, location convenience, product innovation, and taste, especially for food and beverage products. A common phenomenon in the field, particularly among MSMEs belonging to the Paguyuban Perdagangan Benda (PAPEDA), is a decline in sales at certain times. This study aims to determine the influence of product quality, promotion, location, product innovation, and taste on purchasing decisions among consumers of the Paguyuban Perdagangan Benda (PAPEDA) MSMEs. The study was conducted in Benda Village, Sirampog District, Brebes Regency. The study used a quantitative method with 145 respondents selected through purposive sampling and Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) data analysis using the SmartPLS 4.0 application. The results showed that product quality, location, and product innovation had a positive effect on purchasing decisions, but promotion and taste did not.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Location, Product Innovation, Taste, Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

PROPOSAL SKRIPSI.....	i
PROPOSAL SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	10
A. Telaah Pustaka	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Kualitas Produk	11
3. Promosi.....	12
4. Lokasi	13

5. Inovasi Produk	14
6. Cita Rasa.....	15
B. Rumusan Model Penelitian.....	16
1. Penelitian Terdahulu	16
2. Perumusan Hipotesis	25
3. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	32
A. Metode Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Lokasi Penelitian	32
3. Waktu Penelitian.....	32
4. Populasi dan Sampel.....	32
5. Sumber Data	34
6. Teknik Pengumpulan Data.....	34
7. Definisi Konsep dan Oprasional Variabel.....	35
B. Teknik Analisis Data.....	38
1. Analisis Deskriptif.....	39
2. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	40
3. Evaluasi PLS.....	42
4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
5. <i>Discriminant Validity</i>	44
6. <i>Collinearity Statistics (Outer VIF)</i>	45
8. Evaluasi Model <i>Structural (Inner Model)</i>	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B. Gambaran Umum Responden.....	50

1. Gambaran Umum Responden.....	50
C. Analisis Data dan Pembahasan.....	54
1. Analisis Deskriptif	54
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	64
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
4. Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pendapatan Anggota UMKM 2024	3
Tabel 2. Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3 Definisi Oprasional Variabel	36
Tabel 4. Tabel Skala Pengukuran.....	39
Tabel 5. Nilai Indeks	40
Tabel 6. Tabel Kuesioner	50
Tabel 7. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Table 8. Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 9. Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 10. Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 12. Jawaban Responden Variabel Promosi	57
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Lokasi	59
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk	60
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Cita Rasa	61
Tabel 16. Jawaban Respoden Variabel Keputusan Pembelian	63
Table 17. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Kualitas Produk	66
Tabel 18. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Promosi.....	66
Tabel 19. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Lokasi	67
Tabel 20. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Inovasi Produk.....	67
Tabel 21. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Cita Rasa	67
Tabel 22. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Dependen Keputusan Pembelian	68
Tabel 23. <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i>	69

Tabel 24. Nilai <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 25. <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	71
Tabel 26. <i>Outer VIP</i>	72
Tabel 27. Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	73
Tabel 28. <i>Colonearity Statistics (Inner VIF)</i>	75
Tabel 29. <i>R-Square</i>	75
Tabel 30. <i>F-Square</i>	76
Tabel 31. Q^2 <i>Prediktif Relevance</i>	77
Tabel 32. Hasil Perhitungan PLS <i>Predict</i>	78
Tabel 33. Hasil t-statistik	79
Tabel 34. Konfidensi Interval	80
Tabel 35. Total <i>Direct Effect</i>	83
Tabel 36. Hasil Hipotesis	85
Tabel 37. Model SRMR	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 2. Hasil Uji <i>Outer</i> Model.....	65
Gambar 3. Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	101
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk	106
Lampiran 3. Tabulasi Variabel Promosi	120
Lampiran 4. Tabulasi Variabel Lokasi	134
Lampiran 5. Tabulasi Variabel Cita Rasa	163
Lampiran 6. Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	177
Lampiran 7. Nilai <i>Loading Factor</i>	191
Lampiran 8. <i>Output Construk Reliability</i>	192
Lampiran 9. Nilai <i>Cross Loading</i>	193
Lampiran 10. <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	195
Lampiran 11. <i>Output Collinerarity Statistic Outer VIF (Outer VIF)</i>	196
Lampiran 12. <i>Output Signifikansi dan Relevansi Outer Weight</i>	197
Lampiran 13. <i>Output Colinearity Statistic (Inner VIP)</i>	199
Lampiran 14. <i>Output R2</i>	200
Lampiran 15. <i>Output F2</i>	201
Lampiran 16. <i>Output Q2</i>	202
Lampiran 17. <i>Output Hasil Perhitungan PLS-Predict</i>	203
Lampiran 18. <i>Output Hasil T-Statistic</i>	204
Lampiran 19. <i>Confidence Interval 95% dari Koefisien jalur</i>	205
Lampiran 20. <i>Total direct Efect</i>	206
Lampiran 21. <i>Output model (SRMR)</i>	207
Lampiran 22. Gambar Hasil Uji Outer Model	208
Lampiran 23. Daftar Riwayat Hidup.....	209