



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK
DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK UMKM GETAK TULAR
DI KABUPATEN CILACAP**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMAR AHDA TEGAR IDZADI

41221103

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK
DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK UMKM GETAK TULAR
DI KABUPATEN CILACAP**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMAR AHDA TEGAR IDZADI

41221103

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM GETAK TULAR DI KABUPATEN CILACAP."**

Oleh

Nama : Muhamar Ahda Tegar Idzadi

NIM : 41221103

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 16 September 2025.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902

Penguji I

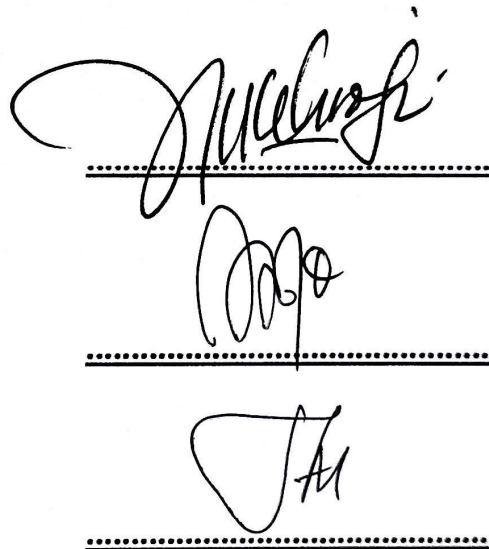
Dr. Qori Al Banin S.E., M.Si

NIDN. 0607098601

Penguji II

Assoc. Prof. Dr. Sutarmin, S.Si., M.M

NIDN. 0621097401



Diterima dan disahkan

Pada tanggal September 2025

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 : Muhamar Ahda Tegar Idzadi

NIM : 41221103

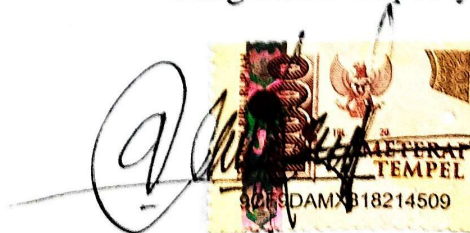
Jurusan : Manajemen

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 akan menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 10 September 2025

Yang membuat pernyataan



Muhamar Ahda Tegar Idzadi

NIM. 41221096

MOTTO PERSEMBAHAN

“ Jika kalian tidak bisa menemukan cara untuk menghasilkan uang saat kalian tidur, maka kalian akan bekerja sampai mati “

-Warren Buffet

“ Ketika Anda sudah bisa memutuskan untuk berfikir, berhenti mengonsumsi pikiran orang lain, Anda sudah mulai bisa memproduksi pikiran Anda itu sendiri.

Jadi itulah modal untuk hidup “

-Rocky Gerung

“ Bila kaum muda yang telah belajar di sekolah maupun dibangku kuliah menganggap dirinya terlalu tinggi dan pintar untuk melebur dengan masyarakat yang bekerja dengan cangkul, yang bahkan hanya sebatas memiliki cita-cita yang sederhana, maka lebih baik pendidikan itu tidak diberikan sama sekali

-Tan Malaka

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM GETAK TULAR di Kabupaten Cilacap”). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Proses penyusunan skripsi 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. Sehubungan dengan itu peneliti mengucapkan terima kasih 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 sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar mengarahkan peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan bagi penulis selama menyelesaikan studi ini.
5. Bapak Ikhsan Mawardi, sosok ayah dan panutan terbaik bagi penulis. Terimakasih telah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik memotivasi, memberikan dukungan berupa apapun yang

penulis butuhkan sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan studinya sampai sarjana.

6. Kepada pintu surgaku, Ibu Yani Sumarni. Kukuatan terbesarnya yaitu sujud dan do'a beliau yang selalu membersamai penulis dimanapun putranya ini berada, Terimakasih telah memberikan banyak sekali motivasi dan dukungan tiada henti kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Kedua adik penulis yaitu Nizam & Revan yang selalu ceria setiap harinya, terimakasih sudah menjadi sumber kekuatan tambahan bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini. Sebagai kakak, penulis ingin menjadi contoh yang baik untuk adik-adiknya agar kelak mereka juga termotivasi dan dapat kesempatan untuk meraih gelar sarjana.
8. Teman-teman grup Gedung E, terimakasih telah menemani, memotivasi, serta membantu penulis selama menempuh proses perkuliahan di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan tahun 2021. Terima kasih atas kebersamaannya selama penulis menempuh studi di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
10. Kepada Putra, Wily, Refangga, Iban terimakasih untuk selalu meluangkan waktunya untuk menemani dan memberi arahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
11. Teruntuk pemilik nama Ulfiyana Nurma, sosok dibalik layar yang selalu menjadi *suport system* bagi penulis selama proses pengerjaan skripsi. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini dalam bentuk dukungan dan

semangat. Sosok yang selalu meyakinkan penulis dengan dua kata “Pasti Bisa”.

Terimakasih telah setia menemani sebagian dari perjalanan penulis dari Semester 1 hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 10 September 2025

Penulis

Muhamar Ahda Tegar Idzadi

NIM. 41221103

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena penurunan penjualan produk UMKM Getak Tular (Gerakan Tekani Tukoni Larisi) dalam tiga tahun terakhir, Sehingga diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, inovasi produk dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian produk UMKM Getak Tular di Kabupaten Cilacap. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang pernah membeli produk tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa harga dan *digital marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas yang baik dan pengembangan inovasi yang sesuai kebutuhan konsumen merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. Sedangkan harga dan *digital marketing* bukan penentu utama.

Kata Kunci: Harga, Kualitas produk, Inovasi Produk, *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study is motivated by the declining sales of UMKM Getak Tular (Gerakan Tekani Tukoni Larisi) products over the past three years, indicating the need for more effective marketing strategies. The objective of this research is to examine the influence of price, product quality, product innovation, and digital marketing on consumer purchasing decisions of UMKM Getak Tular products in Cilacap Regency. A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 150 respondents who had previously purchased the products. Data were analyzed using Partial Least Square (PLS). The findings reveal that price and digital marketing do not significantly affect purchasing decisions. In contrast, product quality and product innovation have a positive and significant impact. These results highlight that superior product quality and innovation aligned with consumer needs are the key determinants of purchasing decisions, while price and digital marketing are not the main considerations.

Keywords: *Price, Product Quality, Product Innovation, Digital Marketing, Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN....	13
A. Telaah pustaka.....	13
B. Perumusan Model Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	33
A. Metode Penelitian.....	33
B. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Gambaran Umum Responden	52
C. Analisis Data dan Pembahasan	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data UMKM GETAK TULAR Tahun 2022-2024.....	3
Tabel 2. Kesenjangan Penelitian Variabel Harga.....	6
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian Variabel Kualitas Produk	7
Tabel 4. Kesenjangan Penelitian Variabel Inovasi Produk	8
Tabel 5. Kesenjangan Penelitian Variabel <i>Digital Marketing</i>	9
Tabel 6. Skala Likert	36
Tabel 7. Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 8. Nilai Indeks.....	41
Tabel 9. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 10. Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 11. Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 12. Responden Berdasarkan Asal Daerah	55
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Harga	58
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk.....	62
Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Digital Marketing.....	63
Tabel 18. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Dependen Keputusan Pembelian	66
Tabel 19. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Harga	67
Tabel 20. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Kualitas Produk.....	67
Tabel 21. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen inovasi Produk.....	68
Tabel 22. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Digital Marketing	68
Tabel 23. Evaluasi Konstruk Reabilitas dan Validitas.....	69
Tabel 24. Evaluasi <i>Fornell-Lacker Criterion Validity Discriminant</i>	70
Tabel 25. Nilai <i>Cross Loading</i> pada Evaluasi Validitas Diskriminan	71
Tabel 26. Evaluasi Statistik Kolinearitas (<i>Collinearity Statistic</i>).....	72
Tabel 27. Evaluasi Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	73
Tabel 28. Evaluasi Statistikk Kolinearitas Struktural (<i>Inner VIF</i>)	75
Tabel 29. Evaluasi Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	76
Tabel 30. Evaluasi Koefisien Efek (<i>F-Square</i>)	77
Tabel 31. Evaluasi Relevansi Prediktif (Q^2)	78

Tabel 32. Evaluasi <i>PLS – Predict</i>	79
Tabel 33. Signifikansi dan Relevansi Koefisien Alur (<i>Path Coefficient</i>)	80
Tabel 34. Kovidensi Interval 95% (<i>Interval Confidence 95%</i>)	81
Tabel 35. Pengujian Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>)	83
Tabel 36. Kesimpulan Uji Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>)	85
Tabel 37. Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i>)	86
Tabel 38. Ringkasan Hasil Penelitian	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	30
Gambar 2. Model Penelitian.....	31
Gambar 3. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	66
Gambar 4. Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 2 Data Penjualan Tahun 2022.....	111
Lampiran 3 Data Penjualan Tahun 2023.....	112
Lampiran 4 Data Penjualan Tahun 2024.....	113
Lampiran 5 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	114
Lampiran 6 Tabulasi Data Harga (X1)	119
Lampiran 7 Tabulasi Data Kualitas Produk (X2).....	124
Lampiran 8 Tabulasi Data Inovasi Produk (X3)	129
Lampiran 9 Tabulasi Data <i>Digital Marketing</i> (X4).....	134
Lampiran 10 Nilai <i>Loading Factor</i>	139
Lampiran 11 <i>Output Construk Reliability</i>	140
Lampiran 12 <i>Output Nilai Cross Loading</i>	141
Lampiran 13 <i>Output Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	142
Lampiran 14 <i>Output Collinearity Statistic Outer VIF (Outer VIF)</i>	143
Lampiran 15 <i>Output Signifikansi dan Relevansi Outer Weight</i>	144
Lampiran 16 <i>Output Collinearity Statistic (Inner VIF)</i>	145
Lampiran 17 <i>Output R2</i>	146
Lampiran 18 <i>Output F2</i>	147
Lampiran 19 <i>Output Q2 Predictive Relevance</i>	148
Lampiran 20 <i>Output Hasil Perhitungan PLS-Predict</i>	149
Lampiran 21 <i>Output Hasil T-Statistik</i>	150
Lampiran 22 <i>Confidence Interval 95% dari Koefisien Jalur</i>	151
Lampiran 23 <i>Total Direct Effect</i>	152
Lampiran 24 <i>Output Model (SRMR)</i>	153
Lampiran 25 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	154
Lampiran 26 Daftar Riwayat Hidup	156