

**“PENGARUH *PRODUCT INNOVATION*, *PRODUCT QUALITY* DAN
PROMOTION TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA
CIMORY YOGURT SQUEEZE DI SURABAYA”**

SKRIPSI



Oleh:

CINTANIA AUBIN SHAFANADA
NPM.19042010139

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRODUCT INNOVATION*, *PRODUCT QUALITY* DAN *PROMOTION*
TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA CIMORY YOGURT SQUEEZE DI
SURABAYA**

Disusun Oleh :

CINTANIA AUBIN SHAFANADA

NPM. 19042010139

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PRODUCT INNOVATION, PRODUCT QUALITY DAN PROMOTION
TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE PADA CIMORY YOGURT SQUEEZE
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

CINTANIA AUBIN SHAFANADA

NPM. 19042010139

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 19 Januari 2024


Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.M, M.A
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


Yanda Bara Kusuma S.AB, M.AB
NIP.198910302020121007

3. Anggota


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cintania Aubin Shafanada
NPM : 19042010139
Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Innovation, Product Quality* Dan *Promotion Terhadap Competitive Advantage* Pada Cimory Yogurt Squeeze Di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 08 Januari 2023
Yang menyatakan



Cintania Aubin Shafanada
19042010139

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Innovation, Product Quality Dan Promotion Terhadap Competitive Advantage Pada Cimory Yogurt Squeeze di Surabaya*”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk pemenuhan tugas akhir dan persyaratan memperoleh gelar Sarjana program studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan, sehingga terselesaikannya proposal ini. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.M, M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Seluruh staf Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu dalam kegiatan studi selama ini.
5. Ibu Tri Kuswardani dan Bapak Moh. Samsul Huda selaku orang tua tersayang dari penulis yang selalu memberikan dukungan terbaik dan doa restunya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
6. Helmi Zavelda Paturama selaku adik kandung penulis yang turut memberikan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman Administrasi Bisnis yang saling memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang memberikan dukungan dengan hiburannya untuk penyemangat penulis dalam penyusunan penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dari segi teknis maupun penyusunannya, maka dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 <i>Product Innovation</i> (Inovasi Produk).....	21
2.2.3 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	26
2.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	32
2.2.5 <i>Competitive Advantage</i> (Keunggulan Bersaing).....	37
2.3 Kerangka Berpikir	43
2.4 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
3.2.1 Definisi Operasional	46
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	50
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	51
3.3.1 Populasi.....	51

3.3.2	Sampel	52
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1	Jenis Data.....	55
3.4.2	Sumber Data	56
3.4.3	Pengumpulan Data	56
3.5	Teknik Analisis Data	57
3.5.1	Uji Validitas	57
3.5.3	Analisis Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.5.5	Koefisien Determinasi (R ²)	62
3.5.6	Uji Hipotesis.....	62
3.6	Waktu Penelitian	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	67
4.1.2	Visi dan Misi PT.Cisarua Mountain Diary	68
4.1.3	Struktur Organisasi PT.Cisarua Mountain Diary	69
4.1.4	Jenis-Jenis Produk PT.Cisarua Mountain Diary	70
4.2	Penyajian Hasil Penelitian.....	72
4.2.1	Karakteristik Responden	72
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	77
4.3	Hasil Analisis Data	85
4.3.1	Uji Validitas.....	85
4.3.2	Uji Reliabilitas	87
4.3.3	Analisis Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda	92
4.3.5	Koefisien Determinasi (R ²)	94
4.3.6	Uji Hipotesis	95
4.4	Pembahasan	102
4.4.1	Pembahasan Secara Simultan (Uji F)	102
4.4.2	Pembahasan Secara Parsial (Uji t)	103

4.5 Matrix Hasil Penelitian.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Produksi Yogurt di Indonesia Tahun 2018-2021...	2
Tabel 1. 2 Top Brand Index Kategori Yogurt 2020-2022.....	8
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	66
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	74
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	75
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden.....	75
Tabel 4. 5 Frekuensi Pembelian Produk.....	76
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Product Innovation (X1)	77
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Product Quality (X2).....	79
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Promotion (X3)	81
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Competitive Advantage (Y)	83
Tabel 4. 10 Uji Validitas	86
Tabel 4. 11 Uji Reabilitas.....	87
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas.....	89
Tabel 4. 13 Uji Autokorelasi.....	91
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linier Berganda	92
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi (R2).....	94
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	96
Tabel 4. 17 Hasil Uji t	98
Tabel 4. 18 Matrix Hasil Penelitian	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kurva Uji Simultan (Uji F).....	64
Gambar 3. 2 Kurva Uji Parsial (Uji t).....	64
Gambar 4. 1 Logo Cimory.....	67
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Cimory.....	69
Gambar 4. 3 Produk Cimory Yogurt.....	70
Gambar 4. 4 Produk Cimory Milk.....	71
Gambar 4. 5 Produk Olahan Daging.....	72
Gambar 4. 6 Uji Normalitas.....	88
Gambar 4. 7 Uji Heterskedastisitas.....	90

ABSTRAK

CINTANIA AUBIN SHAFANADA, PENGARUH *PRODUCT INNOVATION*, *PRODUCT QUALITY* DAN *PROMOTION* TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA CIMORY YOGURT SQUEEZE DI SURABAYA

Kemunculan produk minuman susu dengan berbagai merek beredar di masyarakat saat ini mengakibatkan terciptanya persaingan yang kompetitif antara perusahaan. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus terus meningkatkan daya saing agar tetap mengikuti arus persaingan usaha sehingga perusahaan dituntut untuk dapat memilih strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product innovation*, *product quality* dan *promotion* terhadap *competitive advantage* pada cimory yogurt squeeze di Surabaya. Penelitian dilakukan dengan menerapkan metode penelitian kuantitatif. Karakteristik sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah responden dengan usia minimal 17 tahun, pernah melakukan pembelian Cimory Yogurt Squeeze lebih dari 1 kali, dan berdomisili Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen cimory yogurt squeeze. Teknis analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t) pada program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 29. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Secara simultan variabel *Product Innovation*, *Product Quality* dan *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage*, Secara parsial *Product Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage*, Secara parsial *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage*, Secara parsial *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage*.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, Promosi, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

CINTANIA AUBIN SHAFANADA, THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON COMPETITIVE ADVANTAGE AT CIMORY YOGURT SQUEEZE IN SURABAYA

The emergence of milk drink products with various brands circulating in society today has resulted in the creation of competitive competition between companies. In facing competition, companies must continue to increase their competitiveness in order to keep up with the flow of business competition so that companies are required to be able to choose the right marketing strategy. This research aims to analyze the influence of product innovation, product quality and promotion on the competitive advantage of the Cimory yogurt squeeze in Surabaya. The research was conducted by applying quantitative research methods. The sample characteristics that have been determined in this research are respondents who are at least 17 years old, have purchased Cimory Yogurt Squeeze more than once, and are domiciled in Surabaya. The sampling method used was a non-probability sampling method with a purposive sampling technique and a sample of 100 respondents were obtained who were Cimory yogurt squeeze consumers. Data analysis techniques use validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R²), simultaneous tests (F tests) and partial tests (t tests) in the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 29 program. The results of this research prove that simultaneously the variables Product Innovation, Product Quality and Promotion have a significant effect on Competitive Advantage, partially Product Innovation has a significant effect on Competitive Advantage, Partially Product Quality has a significant effect on Competitive Advantage, Partially Promotion has a significant effect on Competitive Advantages.

Keywords: *Product Innovation, Product Quality, Promotion, Competitive Advantages.*