

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
MINAT BELI PRODUK HAND AND BODY CITRA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

ISMIATUL ILMIAH
20012010244/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
MINAT BELI PRODUK HAND AND BODY CITRA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**ISMIATUL ILMIAH
20012010244/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
MINAT BELI PRODUK HAND AND BODY CITRA DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

ISMIATUL ILMIAH

20012010244 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 13 September 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama

Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M.
NIP. 196310091991032001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ismiatul Ilmiah
NPM : 20012010244
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Hand and Body Citra 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 di 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 diujikan yang telah diketahui dan di setujui 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, 10 September 2024

Yang Menyatakan



(Ismiatul Ilmiah)

NPM. 20012010244

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Adapun judul skripsi yang penulis teliti yaitu: **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Hand And Body Citra Di Surabaya”**

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Pihak-pihak yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si,Crp selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si, selaku koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan panduan, masukan, dan saran yang sangat berharga, serta kesabaran dan perhatiannya selama penulisan penelitian ini.
5. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu yang sangat berharga selama penulis menempuh perkuliahan di UPN Veteran Jawa Timur
6. Kepada kedua orangtuaku Bapak Sakidin dan Ibu Siti Fasikhah yang selalu mendoakan untuk kebaikan putrinya, selalu memberikan kasih sayang, motivasi, serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Teruntuk Rifatus sahabat yang membersamai penulis dari SMP hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang terkadang tidak terduga, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi orang yang selalu memberikan semangat selama proses penulisan skripsi ini.
8. Teruntuk sahabat terbaikku “Genk7ster” yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa dari penulis SMA hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Teruntuk sahabatku “Sang Pendekar” yang membersamai penulis dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan warna dan kenangan pada masa-masa perkuliahan penulis, Terima kasih

selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

10. Kepada seluruh teman-teman penulis di UPN Veteran Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi serta sudah berteman baik dengan penulis.

11. Dan terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sejauh ini. Terimakasih karena tidak menyerah dalam kondisi apapun.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan agar penulis dapat belajar dan memperbaiki diri di masa mendatang.

Surabaya, 10 September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN TEORI	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.2 Perilaku Konsumen	17
2.2.3 Inovasi Produk.....	17
2.2.3.1 Pengertian Inovasi Produk.....	17
2.2.3.2 Konsep Inovasi	18
2.2.3.3 Indikator Inovasi Produk	19
2.2.4 Brand Image	20
2.2.4.1 Pengertian Brand Image.....	20
2.2.4.2 Faktor – faktor Brand Image.....	20
2.2.4.3 Indikator Brand Image	21

2.2.5 Minat Beli.....	22
2.2.5.1 Pengertian Minat Beli	22
2.2.5.2 Indikator Minat Beli.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli.....	24
2.3.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli	25
2.4 Kerangka Konseptual	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional.....	28
3.1.1 Inovasi Produk (X1).....	28
3.1.2 Brand Image (X2).....	29
3.1.3 Minat Beli (Y)	29
3.2 Pengukuran Variabel	30
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Prosedur Pengumpulan Data	32
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Sumber Data	33
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	33
3.5.1 Teknik Analisis	33
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif	34
3.5.2.1 Model Indikator Reflektif.....	34

3.5.2.2 Model Indikator Formatif	35
3.5.3 Cara Kerja PLS.....	35
3.5.4 Langkah-Langkah PLS.....	36
3.5.5 Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Profil Perusahaan PT Unilever Indonesia, Tbk.	41
4.1.2 Visi & Misi PT Unilever Indonesia, Tbk.....	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	43
4.2.2 Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X1).....	45
4.2.3 Deskripsi Variabel Brand Image (X2)	47
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Produk (Y).....	49
4.3 Analisis Data	51
4.3.1 Pengujian Model pengukuran (Outer Model).....	51
4.3.2 Analisis Model PLS.....	56
4.3.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model)	56
4.4 Pengujian Hipotesis.....	57
4.4.1 Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Perawatan Kulit	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (X1)....	45
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Brand Image (X2).....	47
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	49
Tabel 4. 6 Outer Loading (Mean, STDEV, T-VALUES).....	51
Tabel 4. 7 Cross Loadings	52
Tabel 4. 8 Average Variance Extract (AVE)	53
Tabel 4. 9 Composite Reliability.....	54
Tabel 4. 10 Latent Variabel Correlations.....	55
Tabel 4. 11 R-square.....	57
Tabel 4. 12 Path Coefficients	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Top Brand Index Citra, Marina, dan Nivea.....	5
Gambar 1. 2 Kolom Komentar Instagram Citra.....	7
Gambar 1. 3 Kolom Komentar Instagram citra.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
Gambar 3. 1 Principal Factor Model.....	37
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	56

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK HAND AND BODY CITRA DI SURABAYA

Oleh :
Ismiatul Ilmiah
20012010244/FEB/EM

Perkembangan zaman menjadikan Industri skincare telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Perawatan kulit telah menjadi bagian integral dari gaya hidup modern, bukan hanya sebagai upaya untuk menjaga kesehatan kulit, tetapi juga sebagai ekspresi diri dan penunjang rasa percaya diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk, dan brand image terhadap minat beli produk hand and body citra di surabaya.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner responden serta sumber data sekunder yaitu literatur, artikel, jurnal serta situs di internet. Populasi penelitian ini masyarakat yang berdomisili di Surabaya yang mengetahui dan mengenal produk *hand and body* Citra. Sampel yang digunakan 84 responden dengan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis PLS versi 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk *hand and body* Citra di Surabaya dan *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk *hand and body* Citra di Surabaya.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Brand Image, Minat beli