

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INOVASI PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)**

SKRIPSI



Oleh :

DIANA AZIZATUL FITRIA

NPM. 21042010218

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INOVASI PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)**

SKRIPSI



Oleh :

DIANA AZIZATUL FITRIA

NPM. 21042010218

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INOVASI PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)**

Disusun Oleh :

DIANA AZIZATUL FITRIA
NPM. 21042010218

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA**


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INOVASI PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)**

Disusun Oleh :

DIANA AZIZATUL FITRIA
NPM. 21042010218

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 17 Juli 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Azizatul Fitria
NPM : 21042010218
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada (Skripsi) Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 12 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Diana Azizatul Fitria
NPM. 21042010218

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini melibatkan banyak campur tangan dari berbagai pihak, sehingga dapat berjalan lancar dan terwujud dengan baik. Maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staff Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan selama masa perkuliahan.

4. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat, dan motivasi agar dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana.
5. Bapak Herry Purwanto Hadi, S.Kom selaku pegawai Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian.
6. Ibu Yayuk Sri Rahayu, selaku pemilik Griya Batik Sri Rahayu yang telah memberikan izin serta kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Administrasi Bisnis yang selalu memberikan semangat, saling mendukung, dan berbagi pengalaman selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi teknis maupun penyusunannya. Oleh karena itu, sangat diperlukan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, 17 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Digital Marketing.....	18
2.2.3 Inovasi Produk	24
2.2.4 Harga.....	29
2.2.5 Minat Beli	36
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	41
2.4 Kerangka Berpikir.....	43
2.5 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Lokasi Penelitian.....	45
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.3.1 Definisi Operasional	46
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	49

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel	50
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Jenis Data	53
3.5.2 Sumber Data	53
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.6.1 Uji Validitas	55
3.6.2 Uji Reliabilitas	57
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.6.5 Uji Hipotesis	62
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
3.7 Jadwal Penelitian	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	69
4.1.3 Produk Griya Batik Sri Rahayu	69
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	70
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
4.3 Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	80
4.3.1 Uji Validitas	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	81
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.3.5 Uji Hipotesis	86

4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.4 Pembahasan.....	88
4.4.1 Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk, dan Harga Secara Simultan Terhadap Minat Beli.....	88
4.4.2 Pengaruh Digital Marketing Secara Parsial Terhadap Minat Beli	90
4.4.3 Pengaruh Inovasi Produk Secara Parsial Terhadap Minat Beli	91
4.4.4 Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Minat Beli	93
4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	94
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM yang Masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia (2020 – 2024)	3
Gambar 1.2 Content Marketing Griya Batik Sri Rahayu	7
Gambar 1.5 Inovasi Produk Griya Batik Sri Rahayu	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3.1 Model Regresi Linier Berganda	61
Gambar 3.2 Uji F	64
Gambar 3.3 Uji t.....	65
Gambar 4.1 Logo Griya Batik Sri Rahayu.....	67
Gambar 4.2 Produk Griya Batik Sri Rahayu.....	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah UMKM di Indonesia (2020 – 2024)	2
Tabel 1.2	Data Jumlah UMKM di Kabupaten Nganjuk Tahun 2024	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Definisi Operasional	47
Tabel 3.2	Skala Likert	49
Tabel 3.3	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	66
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Usia Responden	71
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4.4	Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	73
Tabel 4.5	Distribusi Tanggapan Variabel Digital Marketing	74
Tabel 4.6	Distribusi Tanggapan Variabel Inovasi Produk.....	76
Tabel 4.7	Distribusi Tanggapan Variabel Harga.....	77
Tabel 4.8	Distribusi Tanggapan Variabel Minat Beli	79
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.14	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (Uji t)	87
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.17	Matriks Hasil Penelitian.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	103
Lampiran 2	Data Jawaban Responden	108
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	132
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas	134
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	135
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	136
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis	136
Lampiran 8	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	136

ABSTRAK

**DIANA AZIZATUL FITRIA, 21042010218, PENGARUH DIGITAL MARKETING,
INOVASI PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk)**

Persaingan usaha yang semakin ketat di era digitalisasi menuntut para pelaku UMKM untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna mempertahankan daya saing. Salah satu langkah strategis adalah dengan meningkatkan minat beli konsumen melalui aspek-aspek pemasaran yang meliputi digital marketing, inovasi produk, dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh digital marketing, inovasi produk, dan harga terhadap minat beli konsumen pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup pengikut (followers) aktif akun Instagram @griyabatik_sriahayu yang telah menggunakan serta membeli produk dari Griya Batik Sri Rahayu. Sampel yang digunakan sebanyak 155 responden menggunakan metode penarikan sampel *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 30. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing, inovasi produk, dan harga, baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Griya Batik Sri Rahayu di Kabupaten Nganjuk. Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing, inovasi produk, dan harga efektif dalam meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk.

Kata Kunci: Digital Marketing, Inovasi Produk, Harga, Minat Beli, Griya Batik Sri Rahayu

ABSTRACT

**DIANA AZIZATUL FITRIA, 21042010218, THE INFLUENCE OF DIGITAL
MARKETING, PRODUCT INNOVATION, AND PRICE ON CONSUMER
PURCHASE INTEREST**

(Study at Griya Batik Sri Rahayu in Nganjuk Regency)

The increasingly tight business competition in the digital era requires MSMEs to have an effective marketing strategy in order to maintain competitiveness. One strategic step is to increase consumer purchase interest through marketing aspects including digital marketing, product innovation, and price. This study aims to determine and analyze the influence of digital marketing, product innovation, and price on consumer purchase interest at Griya Batik Sri Rahayu in Nganjuk Regency. The method used in this study is quantitative. The population in this study includes active followers of the Instagram account @griyabatik_sriahayu who have used and purchased products from Griya Batik Sri Rahayu. The sample used was 155 respondents using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. Data collection was carried out by means of questionnaires and literature studies. The data analysis technique used multiple linear regression with the help of the SPSS 30 program. The results of this study indicate that digital marketing, product innovation, and price, both simultaneously and partially, have a significant effect on consumer purchase interest at Griya Batik Sri Rahayu in Nganjuk Regency. This shows that digital marketing, product innovation, and price are effective in increasing consumer interest in purchasing a product.

Keywords: *Digital Marketing, Product Innovation, Price, Purchase Interest, Griya Batik Sri Rahayu*