

**PENGARUH INOVASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE
SAMSUNG DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:
RYAN ALAM SAJATI
21012010435/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH INOVASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE
SAMSUNG DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
RYAN ALAM SAJATI
21012010435/FEB/EM**

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

2025

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA

Disusun Oleh :

RYAN ALAM SAJATI
21012010435/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 03 Oktober 2025

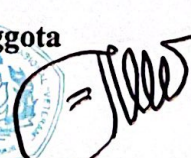
Pembimbing Utama


Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M.
NIPPPK. 198012182024212011

Tim Penguji
Ketua


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

Anggota


Dr. Nanik Haryana, S.Pd., M.M.
NPT. 20219871010230

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ryan Alam Sajati
NPM : 21012010435
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi 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 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, 03 Oktober 2025
Yang Membuat Pernyataan



Ryan Alam Sajati
NPM. 21012010435

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah senantiasa tertuju kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerahnya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH INOVASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA”**. Penyusunan ini dilakukan sebagai persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya. Sadar akan pentingnya dukungan, dorongan, dan pengarahan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas kontribusi mereka dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., 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” Jatim;
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dukungan, dan waktunya dalam penyusunan skripsi ini;

5. Seluruh dosen dan pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan usulan penelitian ini.
6. Kepada Ayah dan Mama tercinta saya Ainiyah dan Hary Santoso yang telah memberi dukungan doa, memberikan motivasi, serta membantu dalam hal pendanaan hingga kuliah saya dapat terselesaikan.
7. Kepada Kakak saya Ryan Cahya Perkasa dan Adik Saya Ryan Adi Wibowo karena telah memberikan semangat dan motivasi kepada saya.
8. Kepada Seluruh sahabat penulis Muhammad Sakti Ramadhana, Moh Andi Kurniawan, Muhammad Syahru Ramadhan, Arkha Kunta Wijaya, Muhammad Fauzi, SEGAWON dan Brejeng Brejeng yang telah memberi support, hiburan dan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis faham bahwasanya penyusunan dan isi studi ini belum kompleks sepenuhnya. Masukan yang bersifat konstruktif sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan karya ini. Semoga studi berikut bisa bermanfaat bagi wawasan di masa yang akan datang.

Gresik, 2 Juli 2025

Penulis

Ryan Alam Sajati

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.3 Inovasi.....	19
2.2.4 Persepsi Harga	21
2.2.5 Preferensi Konsumen	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	26

2.3.1	Pengaruh Inovasi Terhadap Preferensi Konsumen	26
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Preferensi Konsumen.....	27
2.4	Kerangka Konseptual	28
2.5	Hipotesis	29
BAB 3 METODE PENELITIAN		30
3.1	Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	33
3.2	Teknik Penentuan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1	Jenis Data	36
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.4.1	Uji Validitas	38
3.4.2	Uji Reliabilitas	39
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	39
3.5.1	Teknis Analisis Data	39

3.5.2	Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....	40
3.5.3	Langkah - Langkah Partial Least Square (PLS).....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Profil Perusahaan	51
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.3	Penyebaran Kuesioner	52
4.4	Deskripsi Hasil Responden	52
4.5	Deskripsi Hasil Variabel	56
4.5.1	Inovasi (X1)	56
4.5.2	Persepsi Harga (X2).....	58
4.5.3	Preferensi Konsumen (Y).....	60
4.6	Analisis Data.....	62
4.6.1	Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	62
4.6.2	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	67
4.7	Pembahasan.....	70
4.7.1	Pengaruh Inovasi Terhadap Preferensi Konsumen.	70
4.7.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Preferensi Konsumen.....	71
4.8	Keterbatasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		74

5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak	2
Gambar 1.2 Pengguna Aktif Smartphone Di Indonesia	3
Gambar 1.3 Hasil Komparasi Brand Kategori Telekomunikasi/It Sub Kategori Smartphone	6
Gambar 1.1 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak	2
Gambar 1.2 Pengguna Aktif Smartphone Di Indonesia	3
Gambar 1.3 Hasil Komparasi Brand Kategori Telekomunikasi/It Sub Kategori Smartphone	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 3.1 Langkah - Langkah Partial Least Square (Pls).....	42
Gambar 3.2 Diagram Jalur	43
Gambar 4.1 Outer Model With Load Factors, Path Coefficients, And R-Square	62
Gambar 4. 2 Inner Model Structural Equation Modelling Dengan Nilai T-Statistic.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indonesia Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, 2024.....	5
Tabel 1.2 Tabel Faktor kosnumen dalam memilih smartphone pada tahun 2023 dan 2024.....	8
Tabel 3.1 Kategori Jawaban Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	55
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Inovasi	56
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Preferensi Konsumen	60
Tabel 4.7 Outer Loading (Loading Factor)	63
Tabel 4.8 Cross Loading	64
Tabel 4.9 Average Variance Extracted.....	65
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	66
Tabel 4.11 R Square	68
Tabel 4.12 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Statistics).....	69

**PENGARUH INOVASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE
SAMSUNG DI SURABAYA**

Oleh:

**Ryan Alam Sajati
21012010435/FEB/EM**

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi sejauh mana inovasi dan persepsi harga berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam memilih smartphone Samsung di Surabaya. Latar belakang penelitian didasarkan pada ketatnya persaingan industri smartphone yang menuntut produsen untuk terus berinovasi dan menetapkan strategi harga yang sesuai dengan harapan konsumen.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Data penelitian mencakup 99 responden yang merupakan pengguna maupun mantan pengguna smartphone Samsung di Surabaya. Selanjutnya, metode analisis data dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa inovasi dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Perluasan produk menjadi indikator dominan pada inovasi, sedangkan kesesuaian harga dengan kualitas menjadi penentu utama pada persepsi harga. Temuan ini menunjukkan pentingnya inovasi yang relevan dan strategi harga yang seimbang untuk meningkatkan preferensi konsumen.

Kata Kunci : Inovasi, Persepsi Harga, Preferensi Konsumen, Smartphone, Samsung, PLS-SEM, Surabaya.