

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN *REVIEW*
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK
LUXCRIME DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Amelia Kansa Khalisa
NPM:22042010280

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

2026

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN *REVIEW*
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK
LUXCRIME DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Amelia Kansa Khalisa
NPM:22042010280

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

**FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN *REVIEW*
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK
LUXCRIME DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

Amelia Kansa Khalisa
NPM: 22042010280

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN *REVIEW*
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK
LUXCRIME DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

Amella Kansa Khalisa

NPM: 22042010280

**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 07 Juli 2026**

Pembimbing Utama

Menyetujui,

Tim Penguji

1. Ketua

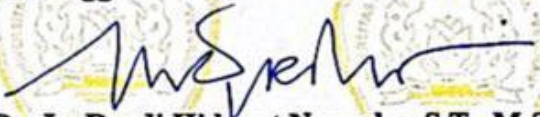

Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Amelia Kansa Khalisa
NPM :22042010280
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 07 Juli 2026
Yang membuat pernyataan



Amelia Kansa Khalisa
NPM. 22042010280

KATA PENGANTAR

Dengan Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Inovasi Produk,Kualitas Produk Dan Review Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Luxcrime Di Surabaya**”.

Penulis ingin berterima kasih yang sebesar besarnya kepada ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos, M.Si selaku dosen Pembimbing karna telah membimbing penulis dalam masa skripsi ini.Beliau telah bersedia meluangkan waktu dan ilmunya dengan baik untuk memberikan petunjuk,bimbingan dan semangat kepada penulis.selain itu penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof.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., MM., M.A. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional”Veteran” Jawa Timur
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional”Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat, cinta dan dukungan baik moral ataupun materi. Terima kasih atas doa dan pengorbanan yang tiada henti untuk penulis.
5. Keluarga, teman dan saudara penulis yang selalu memberikan semangat dan mendoakan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya masukan berupa kritik dan saran guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat penggunaan kata atau penyampaian yang kurang berkenan. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat dipahami dengan baik serta memberikan manfaat bagi para pembaca.

Surabaya Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Pemasaran.....	21
2.2.1.1 Definisi Pemasaran.....	21
2.2.1.2 Tujuan Pemasaran	22
2.2.2 Inovasi Produk.....	22
2.2.2.1 Definisi Inovasi Produk.....	22
2.2.2.2 Tujuan Inovasi Produk	23
2.2.2.3 Indikator Inovasi Produk	24
2.2.3 Kualitas Produk	25
2.2.3.1 Definisi Kualitas Produk	25

2.2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	26
2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk	27
2.2.4 Review Produk	27
2.2.4.1 Definisi Review Produk	27
2.2.4.2 Hal yang perlu di perhatikan dalam Review Produk	28
2.2.4.3 Indikator Review Produk.....	29
2.2.5 Minat beli	29
2.2.5.1 Definisi Minat Beli	29
2.2.5.2 Tahapan Minat Beli.....	30
2.2.5.3 Indikator Minat Beli.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan Inovasi Produk Terhadap Minat beli Ulang	31
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat beli Ulang	32
2.3.3 Hubungan Review Produk Terhadap Minat beli Ulang	33
2.4 Kerangka Berpikir	33
2.5 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.2.1 Definisi Operasional	35
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	36
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3.1 Populasi	38

3.3.2 Sampel.....	39
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Analisis Data	42
3.5.1 Uji Validitas.....	43
3.5.2 Uji Realibilitas	44
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.5.3.1 Uji Normalitas	44
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	45
3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas	45
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.5 Uji Determinasi.....	46
3.5.6 Uji F	47
3.5.7 Uji t.....	49
3.6 Waktu Penelitian.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Hasil Penelitian dan Penyajian Data	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	52
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.1.3 Logo Perusahaan	54
4.1.2 Deskriptif Hasil Penelitian	55
4.1.2.1 Deskripsi Hasil Responden	55

4.1.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.2. Hasil Uji Instrumen	61
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	61
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.2.1 Uji Normalitas	64
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	66
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.2.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.2.4 Uji Hipotesis	69
4.2.4.1 Uji Koefisien Determinasi	69
4.2.4.2 Uji F	70
4.2.4.3 Uji t	70
4.3. Pembahasan	71
4.3.1 Pengaruh X1,X2,X3 terhadap Y	80
4.3.2 Pengaruh Inovasi produk terhadap minat beli ulang.....	81
4.3.3 Pengaruh Kualitas produk terhadap minat beli ulang	82
4.3.4 Pengaruh Review produk terhadap minat beli ulang	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Luxcrime	5
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir	34
Gambar 3.5.6 Uji F	49
Gambar 3.5.7 Uji t	50
Gambar 4.1.1.3 Logo Luxcrime	54
Gambar 4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Top Brand Produk Make up Tahun 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.2.2 Pengukuran Variabel	36
Tabel 3.6 Waktu Penelitian	51
Tabel 4.1.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.1.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.1.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan	58
Tabel 4.1.2.2 Deskripsi Variabel Inovasi Produk.....	58
Tabel 4.1.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.1.2.2 Deskripsi Variabel Review Produk	60
Tabel 4.1.2.2 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	61
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.2.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.2.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.2.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.2.4.2 Hasil Uji F	70
Tabel 4.2.4.3 Hasil Uji t	71
Tabel 4.3 Pembahasan Matriks Penelitian	71

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan review produk terhadap minat beli konsumen produk Luxcrime di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian terdiri dari konsumen perempuan di Kota Surabaya yang memiliki ketertarikan untuk membeli produk Luxcrime dengan rentang usia 17–36 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial inovasi produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Luxcrime di Surabaya. Kualitas produk juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, *review* produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Secara simultan, ketiga variabel independen yaitu inovasi produk, kualitas produk, dan *review* produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Luxcrime di Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa inovasi produk, kualitas produk, dan *review* produk merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Luxcrime. Oleh sebab itu, perusahaan diharapkan dapat terus melakukan pengembangan inovasi produk, mempertahankan kualitas produk, serta memperhatikan ulasan konsumen guna meningkatkan minat beli konsumen secara berkesinambungan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, *Review* Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the influence of product innovation, product quality, and product reviews on consumers' purchase intention toward Luxcrime products in Surabaya. The research employed a quantitative method with an associative approach. The population of this study consisted of female consumers in Surabaya who were interested in purchasing Luxcrime products and were aged between 17–36 years old. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 100 respondents. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires to respondents. The data analysis techniques applied in this research included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) test. The results of the study indicate that partially, product innovation has a positive and significant effect on consumers' purchase intention toward Luxcrime products in Surabaya. Product quality was also found to have a positive and significant effect on purchase intention. In addition, product reviews significantly and positively influenced consumers' purchase intention. Simultaneously, the three independent variables, namely product innovation, product quality, and product reviews, collectively have a positive and significant effect on consumers' purchase intention toward Luxcrime products in Surabaya. Based on the findings, it can be concluded that product innovation, product quality, and product reviews are important factors that can increase consumers' purchase intention toward Luxcrime products. Therefore, the company is expected to continuously develop product innovation, maintain product quality, and pay attention to consumer reviews in order to improve consumers' purchase intention sustainably.

Keywords: Product Innovation, Product Quality, Product Reviews, Purchase Intention.