

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, INOVASI, DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TUPPERWARE DI SURABAYA TIMUR**



OLEH:

TIARA PUSPA KARTIKASARI

201100060

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

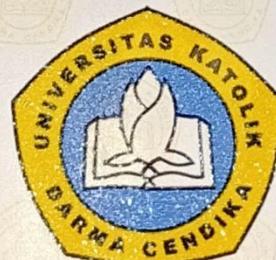
2024

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, INOVASI, DAN *BRAND*
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TUPPERWARE DI

SURABAYA TIMUR

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH:

TIARA PUSPA KARTIKASARI

NPM : 201100060

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tiara Puspa Kartikasari
Npm : 201100060

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Inovasi, dan *Brand Trust*

Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Surabaya Timur

Dosen Pembimbing

Tanggal: 8 Februari 2024


Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal:


Dr. Thyophoida W.S. Parjaitan, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, INOVASI, DAN BRAND TRUST
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TUPPERWARE DI SURABAYA**

TIMUR

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Pengaji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Senin Tanggal 05 Februari Tahun 2024

Disusun oleh:

Nama : Tiara Puspa Kartikasari

NPM : 201100060

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

1. Prof. Dr. Maria Widystuti, M.M

2. Deograsias Yoseph Yustianus Ferdinand, S.E., M.M

3. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Tiara Puspita Kartikasari**
dengan NPM **201100060**

Telah diuji pada hari Senin 05 Februari 2024

Dinyatakan **LULUS** oleh:

Ketua Tim Pengudi

Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

Dr. Lilik Indrawati, M.M.

Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Puspa Kartikasari

Fakultas : Ekonomi / Manajemen Pemasaran

Alamat : Jagir Sidoresmo VIII No.57, Jagir, Wonokromo, Surabaya

No. identitas : 3578044901020002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Inovasi, dan *Brand Trust* Terhadap
Keputusan Pembelian Tupperware di Surabaya Timur**

Merupakan hasil karya yang belum pernah dipublikasikan secara umum ataupun bentuk lainnya. Keseluruhan yang ada dalam skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik. Apabila di kemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian dan saya melakukan tindakan menyalin atau meniru karya tulisan orang lain, saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika, termasuk pencabutan gelar sarjana.

Surabaya, 5 Februari 2024


Tiara Puspa Kartikasari

BBF9ALX03992627

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia yang telah diberikan, sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Inovasi, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Surabaya Timur**” dapat terselesaikan dengan baik. Selesainya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, ucapan terima kasih kami ucapkan kepada yang terhormat:

1. Dr. Lilik Indrawati, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan.
2. Dr. Thyophoida Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan
3. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan koreksi atas skripsi saya dari awal hingga akhir
4. Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M. selaku dosen wali pada tahun akademik 2020 yang banyak membantu dalam perwalian setiap semester



5. Prof. Dr. Maria Widystuti, M.M. dan Bapak Deograsias Yoseph Yustianus Ferdinand, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan kritik selama skripsi ini berlangsung
6. Bapak, mama, dan saudara/i saya yang telah mendukung saya
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat (Fani, Reta, Zefa, Sekar, Aida, Salwa, Jihan, dan Thirza)

Dengan banyak kekurangan atas skripsi yang telah saya buat ini, saya berharap skripsi saya bisa menjadi referensi atau sumber inspirasi untuk pihak-pihak mahasiswa yang sedang berjuang dalam menyelesaikan studi perkuliahan di semester akhir.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Sejala berlakunya peraturan pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Surabaya, 21 Januari 2024

Peneliti



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
D AFTAR ISI.....	iii
D AFTAR TABEL	viii
D AFTAR GAMBAR.....	x
D AFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Harga.....	13

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. **D**an/plus **D**itulis **A**dalah yang berlaku
Dituntut **D**it sesuai dengan undang-undang.



2.1.3 Inovasi Produk	15
2.1.4 Brand <i>Trust</i>	16
2.1.5 Keputusan Pembelian	18
2.2 Pengaruh Antar Variabel	20
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2.2 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3.1 Oktavenia dan Ardani (2018) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi	21
2.3.2 Mulyana (2021) Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru.....	22
2.3.3 Permatasari dan Maryana (2021) Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung).....	23
2.3.4 Adiwidjaja dan Tarigan (2017) Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse	24



<i>Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pernambangan/plagiasi akan dihukum sesuai dengan undang-undang yang berlaku.</i>	<p>2.3.5 Nasution <i>et al.</i>, (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Shopee..... 25</p> <p>2.4 Rerangka pemikiran 26</p> <p>2.5 Kerangka Konseptual 27</p> <p>2.6 Hipotesis 27</p> <p>BAB III METODE PENELITIAN 29</p> <p>3.1 Objek Penelitian 29</p> <p>3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data 29</p> <p>3.2.1 Pendekatan Penelitian 29</p> <p>3.2.2 Sumber Data 29</p> <p>3.3 Variabel Penelitian 30</p> <p>3.4 Definisi Operasional Variabel 31</p> <p>3.4.1 Kualitas Produk (X1) 31</p> <p>3.4.2 Harga Produk (X2) 31</p> <p>3.4.4 <i>Brand Trust</i> (X4) 32</p> <p>3.4.5 Keputusan Pembelian (Y) 33</p> <p>3.5 Populasi dan Sampel 33</p> <p>3.5.1 Populasi..... 33</p> <p>3.5.2 Sampel 33</p>
--	--

3.6 Metode dan Teknis Analisis Data.....	34
3.6.1 Metode Penelitian	34
3.6.2 Teknis Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	46
4.3 Uji Kuesioner	53
4.3.1 Uji Validitas.....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Multikolinearitas	56
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	56
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5.1 Uji Determinasi.....	59
4.5.2 Uji t	60
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Simpulan.....	63

5.2 Saran	64
5.2.1 Saran bagi Tupperware	64
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya	64

DAFTAR PUSTAKA

AMPIRAN

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/ditugasi dan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Wadah Plastik Makanan Tahun 2019-2023.....	4
Tabel 1.2 Top Brand Index Wadah Plastik Makanan Tahun 2015-2018.....	4
Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan. Segala bentuk pelanggaran dianggap berada dalam pengawasanku.	
Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	21
Tabel 2.2 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	22
Tabel 2.3 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	23
Tabel 2.4 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	24
Tabel 2.5 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	25
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3.2 Tabel Interval Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4.4 Usia Responden.....	45
 Tabel 4.5 Status Responden.....	46
Tabel 4.6 Rentang Jawaban Responden.....	47
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuesioner X1.....	49
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Kuesioner X2.....	49

Tabel 4.9 Hasil Jawaban Kuesioner X3.....	50
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Kuesioner X4.....	51
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Kuesioner Y.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	60

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
 untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Serta berjaga-jaga jika
 dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Logo Tupperware.....	40
Gambar 4.2 Ilustrasi Penjualan Independen Tupperware.....	41
Gambar 4.2 Logo Badan Penguji Standar Kemanan.....	41
Gambar 4.4 Penghargaan Tupperware.....	42
Gambar 4.5 Grafik Normalitas.....	54

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran, baik dagasi dan dituntut sesuai dengan undang-undang hukum.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 – Hasil Kuesioner

Lampiran 3 – Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 – Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 5 – Hasil Jawaban Kuesioner (Frekuensi)

Lampiran 6 – Hasil Jawaban Kuesioner (Statistik Deskriptif)

Lampiran 7 – Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 – Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 – Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Lampiran 10 – Hasil Uji t

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui Google Form. Penelitian ini menilik dari penurunan peringkat Tupperware pada Top Brand Award 5 tahun terakhir ini. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merujuk kepada konsumen Pengguna Tupperware usia 18-40 tahun yang pernah membeli atau memakai Tupperware minimal satu kali. Data penelitian yang diperoleh diolah menggunakan SPSS 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh masing-masing item pernyataan setiap variabel dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. Hasil dari uji normalitas menunjukkan hasil signifikan dengan $0,200$ atau $\geq 0,05$. Lalu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada terjadinya hubungan multikolinearitas dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 . Hasil uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dengan memiliki nilai tingkat $\geq 0,05$. Hasil penelitian dalam regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 5,583 + 0,045X_1 + 0,268X_2 + 0,419X_3 + 0,166X_4$. Besarnya pengaruh kualitas produk, harga, inovasi, dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian Tupperware di Surabaya Timur adalah sebesar 24,6%. Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 0,352 \leq t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,725 \geq 0,05$ (2) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 2,116 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$ (3) inovasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 2,821 > t_{tabel} 1,986$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$ (4) *brand trust* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 1,277 \leq t_{tabel} 1,986$ dan signifikansi $0,25 \geq 0,05$

Kata kunci: kualitas produk, harga, inovasi, dan *brand trust*



ABSTRACT

This research is quantitative research with data collection techniques in the form of distributing questionnaires carried out via Google Form. This research looks at the decline in Tupperware's ranking in the Top Brand Award in the last 5 years. The sample in this study was 97 using a purposive sampling technique which refers to Tupperware consumers aged 18-40 years who have purchased or used Tupperware at least once. The research data obtained was processed using SPSS 25. The results of the analysis showed that all of the statement items for each variable in the questionnaire were declared valid and reliable. The results of the normality test show significant results with $0.200 < 0.05$. Then the results of this study show that there is no multicollinearity relationship with a tolerance value of ≥ 0.10 and $|VIF| \leq 10$. The results of the heteroscedasticity test also show that in this study there are no symptoms of heteroscedasticity with a level value of ≥ 0.05 . The research results in multiple linear regression in this study are $Y = 5,583 + 0.045X_1 + 0.268X_2 + 0.419X_3 + 0.166X_4$. The magnitude of the influence of product quality, price, innovation and brand trust on Tupperware purchasing decisions in East Surabaya is 24.6%. The results of the t test in this study show that (1) product quality has no influence on purchasing decisions with $t_{count} 0.352 \leq t_{table} 1.986$ and a significance value of $0.725 \geq 0.05$ (2) price influences purchasing decisions with $t_{count} 2.116 > t_{table} 1.986$ and significance value $0.037 < 0.05$ (3) innovation influences purchasing decisions with $t_{count} 2.821 > t_{table} 1.986$ and significance $0.006 < 0.05$ (4) brand trust has no influence on purchasing decisions with $t_{count} -2.297 \leq t_{table} 1.986$ and significance $0.25 \geq 0.05$

Keywords: product quality, price, innovation, and brand tru

