PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Matahari Departement Store Arion Mall)

SKRIPSI

EVANY DWI ROHMAN

21170000076

ACC untuk diujikan

PROGRAM STUDI STRATA-1 MAN

AJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONONI INDONESIA JAKARTA

2022

Created By: Sign

PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Matahari Departement Store Arion Mall)

SKRIPSI

EVANY DWI ROHMAN

21170000076

SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKOMONI INDONESIA
JAKARTA 2022

Created By: Sign

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan Judul:

PEGARUH ORIENTASI PASAR INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Matahari Departement Store Arion Mall)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah/skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendaptkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikaksi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sa nksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 26 Februari 2022

EVANY DWI ROHMAN
NIM 21170000076

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH ORIENTASI PASAR INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Matahari Departement Store Arion Mall)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis dibawah bimbingaan Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 26 Februari 2022

Pembimbing,	Kepala Program Studi S1 Manajemen,
Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM	Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul:

PENGARUH ORIENTASI PASAR INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Matahari Departement Store Arion Mall)

Telah diuji dalam suatu sidang karya ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 26 Februari 2022

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1. ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
   (Kepala Program Studi S1 Manajemen)
2. ..... ; Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM
   (Dosen Pembimbing)
3. ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
   (Penguji I)
4. ..... ; Muhammad Ikhsan, SE., MM
   (Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat meyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselsaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian ini.
2. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc dan Bapak Muhammad Ikhsan, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.SC., selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M,Sc Selaku kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen diprogram studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Pihak Matahari Departement Store Arion Mall yang telah memberikan izin penelitian, terutama ibu Elly selaku HR Manajemen yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua, Bapak Ahmad Rohman, Ibu Siti Rohmah atas segala kasih sayang, yang selalu mendoakan, memberikan bantuan dukungan ma

8. Kakak dan Adik tercinta, Sevi Lutfiana Rohman dan Muhammad Bilal. Yang selalu mendoakan, dan memberi semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Teman seperjuangan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Marisa Setiani Putri, Yulinda Evana, Fachry Mokhamad, Ananda Setiawan, Fani Rahmasari serta teman – teman UKMJ Manajemen yang selalu memberikan masukan, dukungan, semangat, doa dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Peneiti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelebihan. Untuk itu, peneliti pengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan karya ilmiah ini.

Jakarta, 26 Februari 2022

EVANY DWI ROHMAN
NIM 21170000076

Evany Dwi Rohman
NPM : 21170000076
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Dr. Gatot Prabantoro,SE.,MM

PENGARUH ORIENTASI PASAR INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Matahari Departement Store Arion Mall)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Orientasi Pasar,Inovasi dan kreativitas terhadap Keputusan Pembelian.*

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang dianalisis dengan pendekatan survey yaitu pengumpulan data dan penilaian responden dengan menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan *IBM SPSS 25.00.* Populasi dari penelitian ini adalah Departement Store Arion Mall. Sampel penelitian ini berdasarkan metode Rao Purba Margin Of Eror, dengan sampel sebanyak 100 responden pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengolahan data dengan Pengujian hipotesis menggunakan Uji t.

Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Matahari Departement Store Arion Mall, (2) Inovasi tidak berpengaruh teradap Keputusan Pembelian Matahari Departement Store Arion Mall, (3) Kreativitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Matahari Departement Store Arion Mall.

Kata Kunci : Orientasi Pasar,Inovasi, Kreativitas dan Keputusan Pembelian

Evany Dwi Rohman
NPM : 21170000076
Program Studi S1 Manajemen

Supervisor Lecture :
Dr. Gatot Prabantoro,SE.,MM

EFFECT MARKET ORIENTATION INNOVATION AND CREATIVITY ON PURCHASING DECISION

(Case Study On Matahari Departement Store Arion Mall)

ABSTRACK

This study aims to determine the effect of market Orientation Innovation and Creativity on Purchasing Decision.

This study uses an associative type with a quantitative approach, whichs analyzed with a servey approach, namely data collection aad respondent assement sing a questionnaire and processed using IBM SPSS 25.00. The population of this study the Matahari Departement Store Arion Mall. The samples of this sudys were based on the Rao Purba Margin Of Error Method, with a sample of 10 respondnen this study. Data collection techniques using questionnaires. Data processing with hypothesis testing using t test.

Based on the result of this study, its proven that (1) Market Orientation has an effect on the Purchase Decision of Matahari Departement Store Arion Mall, (2) Innovation has no effect on the Purchase Decision of Matahari Departement Store Ario Mall, (3) Creativity has an effect on the Purchase Decision of Matahari Departement Store Arion Mall.

Keywords : Market Orientation, Innovation, Creativity and Purchase Decision

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....**Error! Bookmark not defined.**
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAHError! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
HALAMAN PENGESAHAN.....i**Error! Bookmark not defined.**
KATA PENGANTAR.....**Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUANError! Bookmark not defined.
ABSTRAK viii
ABSTRACT.....i**Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR ISI.....**Error! Bookmark not defined.**
BAB I PENDAHULUAN.....**Error! Bookmark not defined.**
1.1. Latar Belakang .....**Error! Bookmark not defined.**
1.2. Perumusan Masalah 5
1.3. Tujuan Penelitian 5
1.4. Manfaat Penelitian 5
BAB II KAJIAN PUSTAKA 6
2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu..... 15
2.2. Landasan Teori..... 7
2.2.1. Pemasaran 7
2.2.2. Orientasi Pasar 8
2.2.3. Inovasi Produk 10
2.2.3.1. Pengertian Inovasi Produk 10
2.2.3.2. Indikator Inovasi Produk..... 11
2.2.3.3. Ciri-Ciri. Inovasi Produk.....**Error! Bookmark not defined.**1
2.2.4. Kreativitas .....**Error! Bookmark not defined.**
2.2.4.1. Pengertian Kreativitas .....**Error! Bookmark not defined.**
2.2.4.2. Indikator Kreativitas..... 12
2.2.5. Keputusan Pembelian..... *13*
2.2.3.1. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian..... 13

2.2.3.2. Indikator Keputuan Pembelian 14

2.3. Pengaruh Antar Variabel 19

2.3.1 Pengaruh Orientasi terhadap *Keputusan Pembelian* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.2 Pengaruh *Inovasi Produk* terhadap *Keputusan Pembelian* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.3. Pengaruh *Kreativitas* terhadap *Keputusan Pembelian* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4. Hipotesis Penelitian 21

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian 22

BAB III METODA PENELITIAN 23

3.1. Strategi Penelitian 23

3.2. Populasi dan Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1. Populasi dan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.2. Sampel Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data . **Error! Bookmark not defined.**

3.3.1. Sumber Data 25

3.3.2. Metode Pengumpulan Data 25

3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.1. Variabel Bebas ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.2. Vriabel Terikat ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5. Metoda Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.1. Uji Validitas 31

3.5.2. Uji Reliabilitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.3. Koefisien Determinasi Parsial 32

3.5.4. Koefisien Determinasi Simultan(R^2) 32

3.5.5. Pengujian Hipotesis 32

3.5.5.1 Uji t 33

3.5.5.2 Uji F 33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2. Deskripsi Responden dan Data Variabel 35

4.2.1. Deskripsi Responden 35

4.2.2 Deskripsi Data Panel 38

4.2.2.1. Variabel Orientasi Pasar(X_1) 38
4.2.2.2. Variabel Inovasi (X_2) 39
4.2.2.3. Variabel Krativitas (X_3) 40
4.2.2.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) 40
4.3. Uji Instrumen Data 41
4.3.1. Uji Validitas 41
4.3.2 Uji Reliabilitas 42
4.3.3. Koefisien Determinasi Parsial 43
4.3.4. Koefisien Determinasi Simultan (R^2) 43
4.4. Pengujian Hipotesis 45
4.4.1. Uji t 45
4.4.2 Uji F 46
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 48
5.1. Simpulan 48
5.2. Saran 49
5.3. Keterbatasan Penelitian 49
DAFTAR PUSTAKA 50
DAFTTAR LAMPIRAN 53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 89